

DIREÇÃO DE SISTEMAS DE INFORMAÇÃO E NOVAS TECNOLOGIAS DA PRÉVOIR:

“A tecnologia não para e necessita de uma atenção constante para que possa ser aproveitada no momento certo”

As novas tecnologias permitem agilizar, automatizar e digitalizar cada vez mais os processos funcionais internos das seguradoras, o que acaba por se refletir numa melhor experiência com e para os seus clientes, colaboradores e parceiros de negócio. Nos últimos anos, as tecnologias têm apresentado uma evolução frenética e extremamente rápida. Todos os dias, vemos casos práticos de utilização de tecnologias tais como o Blockchain, IA – Inteligência Artificial, IoT – Internet of Things, entre outras, ao serviço das mais diversas áreas de negócio e do consumo doméstico. Nos seguros, a aplicação destas tecnologias já se faz sentir, com destaque para a IA, IoT e Analytics.

Resultado disso tem sido o aparecimento, nos últimos anos, das Insurtech. Estas empresas, muitas vezes startups, usam estas últimas novidades tecnológicas de forma intensiva para colocar seguros diferenciados no mercado, por via de novos canais de distribuição totalmente digitais. No que às Insurtech diz respeito, os mercados norte americanos e asiáticos estão na linha da frente. Por sua vez, o continente europeu revela uma maior lentidão na adoção destas ferramentas, com exceção de França. Na Europa os canais de distribuição tradicionais como a rede de agentes no Não Vida e a Banca no Vida continuam a ter um peso importante no mercado dos seguros, aliado a uma legislação tradicionalmente complexa (ex.: Norma da Proteção dos Dados, nova Diretiva de Distribuição dos Seguros) que por vezes tem dificuldade em acompanhar a velocidade das novas tecnologias. São fatores que acabam por não pressionar o mercado para uma evolução mais rápida.



Membros da Direção de Sistemas de Informação e Novas Tecnologias da Prévoir: João Gonçalves, diretor, com Sérgio Carvalho e Paulo Teixeira

Aquisição da Insurtech AssurOne Group

O grupo Prévoir está muito atento a esta conjuntura, de tal forma que em fevereiro adquiriu todas as atividades da Insurtech AssurOne Group, um corretor de seguros 100% digital. Esta operação proporciona uma oportunidade real de crescimento para ambos os grupos, centrada na diversificação de canais de distribuição. A combinação de tecnologias vai permitir criar e fortalecer um relacionamento multicanal e personalizado com os clientes.

Perante este desafio, a sucursal portuguesa tem vindo adotar, cirurgicamente e de forma sustentada, determinadas tecnologias. Recentemente melhorou o seu sistema de acesso à extranet da empresa, para os

colaboradores e rede comercial, tornando-o mais fácil, rápido e possível através de qualquer dispositivo móvel (smartphones, tablets) ou fixo ligado à Internet. Na área da infraestrutura do sistema de informação, decorre um projeto que, através de tecnologias de virtualização e cluster, irá melhorar e facilitar a gestão dos sistemas e torná-los mais resistentes a eventuais falhas. No domínio da segurança e continuidade do negócio, está atualmente em análise a implementação de uma tecnologia de replicação automática, via comunicação dos sistemas, que permitirá manter uma imagem atualizada dos dados num site externo.

Com isso, será possível recuperar praticamente de imediato os sistemas em caso de um grande desastre e facilitará os testes anuais ao plano de continuidade do negó-

cio da sucursal. Na área do negócio propriamente dito, o lançamento de uma nova versão do ERP do nosso principal parceiro tecnológico - que apresenta uma forte integração de diversas novas tecnologias nas áreas dos sistemas, bases de dados e web - poderá, em breve, permitir à Prévoir disponibilizar novos tipos de produtos. Estes são apenas alguns exemplos de como a Prévoir está a lidar e a aproveitar esta era digital. O objetivo final é, direta ou indiretamente, beneficiar os clientes e o negócio.

Tudo na vida costuma ter um lado bom e um lado mau e as tecnologias não fogem a esse princípio. A evolução tecnológica trouxe, inevitavelmente, novos desafios de segurança, mais cyber-ataques, novos vírus que exploram a informação que está cada vez mais exposta na Internet, entre outros. Do mesmo modo, a progressiva introdução das tecnologias no negócio das seguradoras representa novos produtos de seguro, novos canais mas também novas técnicas de fraude que forçosamente terão de ser analisadas e prevenidas pelos departamentos de sinistros e de IT. Consciente desta realidade, a Prévoir tem vindo a elevar o nível de segurança nos seus processos e sistemas através da realização de auditorias de segurança geral e Cyber-Security e da implementação, em fase inicial, de um sistema de gestão de segurança da informação com base na norma ISO 27001.

Mas a tecnologia não para e, por isso, necessita de uma atenção constante para que possa ser aproveitada no momento certo. Nesse sentido as diversas equipas da Prévoir participam em eventos dos parceiros tecnológicos, formações de Insurtech da APS e, no caso específico do IT, em formações técnicas periódicas.

JOSÉ FRANCISCO DUARTE NEVES, DIRETOR DE MARKET MANAGEMENT E DE PRODUTO P&C DA ALLIANZ PORTUGAL

“Revolução tecnológica na indústria seguradora: a inovação começa pelo talento”

É um facto amplamente reconhecido que o cenário da atividade seguradora não é estanque e está em constante evolução, sempre no sentido de acompanhar as mudanças que ocorrem na sociedade. Exemplo disto é a aposta em produtos diversificados que vão surgindo no mercado com o propósito de responder às necessidades dos consumidores, desde soluções de multiriscos a seguros de saúde cada vez mais abrangentes e completos. Temos também de ser capazes de responder a preocupações que outrora eram inexistentes. Com base no Barómetro de Risco Allianz 2019, percebemos, por exemplo, que os cyber crimes são uma preocupação crescente, o que obriga o mercado a adaptar-se e a repensar a sua oferta, de modo a cobrir este nível de risco.

Atualmente, os grandes desafios, mas também as maiores oportunidades, prendem-se maioritariamente com a revolução digital. As trans-



formações que daí advêm têm vindo a influenciar as relações entre consumidores e empresas, o que, inevitavelmente, inclui as companhias de seguros. Esta transformação digital obriga as seguradoras a repensar os seus serviços. Neste sentido, um dos objetivos primordiais da Allianz é a constante adequação do negócio à tecnologia e a automatização dos serviços, com o objetivo de simplificar todos os produtos e torná-los acessíveis a todos os consumidores. Se inicialmente a evolução tecnológica se fazia internamente, com a automatização de processos, atualmente esta adaptação tem de ser aplicada ao contacto e à interação com o cliente. Isto significa que o cliente é

absolutamente nuclear no que se refere à inovação nas seguradoras e é com este foco que temos vindo a mobilizar tecnologia e criatividade para poder garantir o maior sucesso. No entanto, não basta reduzir a complexidade e apostar na simplicidade. É necessário trabalhar diariamente na adaptação dos serviços, apostando em novas áreas de atuação, que permitam uma presença mais próxima junto do nosso público. Uma vez que o foco nos clientes é o eixo principal da nossa atividade, concentramos também a nossa atenção na adaptação às exigências das novas gerações, que serão, sem dúvida, os consumidores do futuro. Assim, as soluções que apresentarmos são cada vez mais intuitivas, claras e eficazes, tornando a comunicação muito mais acessível. E nesse sentido, a tecnologia transforma-se na aliada perfeita, já que falamos de uma geração que nasceu, e cresce diariamente, rodeada de tecnologia.

Na vanguarda das últimas tendências a Allianz está na vanguarda das últimas tendências e a explorar diversas oportunidades no setor, sobretudo nas áreas de Inteligência Artificial, robótica e blockchain. Temos a vantagem de pertencer ao grupo

Allianz, que dispõe de conhecimentos e técnicas que nos permitem oferecer, de forma contínua, a melhor experiência digital para os nossos clientes. Por isso mesmo, temos connosco os melhores talentos, que nos permitem responder às exigências da digitalização, bem como elevar a fasquia a este nível no mercado. Os colaboradores da Allianz têm um conjunto de conhecimentos e experiências alargados e partilham o entusiasmo pela inovação e aprendizagem de um futuro que é, sem dúvida, digital.

Em suma, sem dúvida que um dos maiores desafios que o setor enfrenta atualmente, mas que na Allianz encaramos como uma verdadeira oportunidade, é tirar partido desta digitalização para conhecer melhor os nossos clientes, antecipar tendências e formular as respostas que permitam corresponder de forma adequada às solicitações do momento. Imediatismo e pragmatismo são as palavras de ordem. Os nossos clientes são cada vez mais exigentes, e é necessário estarmos preparados para responder às suas exigências em tempo útil. Tanto na Allianz Portugal como no grupo Allianz estamos a trabalhar no sentido destas transformações.