

Parceiros na inovação seguradora

Especializada em soluções tecnológicas para o sector segurador, a msg life posiciona-se com o parceiro privilegiado para os diferentes *players* deste mercado. Inovação é a palavra de ordem na sua estratégia de negócio

TRINTA ANOS DEPOIS DA FUNDAÇÃO, O QUE É HOJE A MSG LIFE?

Jorge Miranda: A msg life é hoje uma empresa global, com uma sólida base de clientes distribuída por mais de 30 países que, ano após ano, têm renovado a confiança nos serviços e soluções inovadoras que propomos. Com uma equipa de 900 colaboradores, e com presença em toda a Europa e Estados Unidos, esta abrangência dá-nos o *know-how* necessário para antecipar as tendências globais do mercado, ao mesmo tempo que acompanhamos cada uma das especificidades locais.

QUAL A PROPOSTA DE VALOR DA MSG LIFE PARA O MERCADO SEGURADOR?

J.M.: Está focada na disponibilização de soluções tecnológicas disruptivas que agilizam o negócio das seguradoras em qualquer ramo de seguros – Vida, Não Vida e Saúde. Pela sua modularidade, esbatendo os silos internos e potenciando a colaboração, as nossas soluções permitem uma modernização gradual dos sistemas e tecnologias das seguradoras, tornando-as mais ágeis e eficientes, melhorando a capacidade de resposta às necessidades dos clientes. Facilmente adaptáveis a novos modelos de negócio, contribuem para que os

clientes atinjam os objetivos estratégicos e operacionais. A tecnologia que propomos garante adaptabilidade e autonomia. Paralelamente, as metodologias de projeto que adotamos, desde a análise funcional até à implementação, garantem um retorno de investimento e fiabilidade

mentando a eficiência na administração de apólices e garantindo uma evolução de sistemas em concordância com o dinamismo do sector. Como o nosso *portfolio* é tão abrangente quanto adaptável ao estado de maturidade do mercado e dos processos de digitalização das segura-

redução de riscos operacionais. Por outro lado, a Unified Distribution Platform (plataforma de distribuição omnicanal que potencia todo o processo de criação e distribuição de produtos) garante a assertividade na disponibilização de ofertas comerciais, oferecendo o produto correto ao cliente certo no momento adequado.

INOVAÇÕES TECNOLÓGICAS, NOVAS NORMAS REGULATÓRIAS E APERTADOS ORÇAMENTOS TÊM ALTERADO OS MODELOS DE NEGÓCIO E A FORMA DE INTERAGIR COM O CLIENTE.

O QUE PODEM AS SEGURADORAS ESPERAR DOS VOSSOS PRODUTOS E COMO CONTRIBUEM PARA A MELHORIA ESTRATÉGICA E OPERACIONAL DAS SEGURADORAS?

Aníbal Couto: Desde a sua criação, a msg life tem estado focada no desenvolvimento de soluções que potenciem a autonomia e agilidade do sector segurador. Os clientes beneficiam não só da *expertise* de um grupo especializado no negócio segurador como também de soluções tecnológicas atuais que garantem um investimento fiável presente e futuro. Com tecnologias que automatizam processos e que potenciam a colaboração entre diferentes áreas de trabalho, o lançamento de um novo produto, por exemplo, pode ser feito num curto espaço de tempo, ao invés da morosidade que se verifica atualmente. Naturalmente, esta melhoria de eficiência operacional tem um grande impacto nos resultados globais das

de presente e futura. Quem escolhe as nossas soluções tem um claro *roadmap* de modernização.

DO CONJUNTO DAS VOSSAS SOLUÇÕES DE SOFTWARE, QUAIS AS MAIS PROCURADAS?

José Burgós: A nossa oferta traz vantagens competitivas para o mercado segurador, otimizando a capacidade de criação de novos produtos, agilizando o tempo de resposta ao mercado, au-

doras, as soluções que têm tido uma maior recetividade no mercado ibérico são a Unified Product Platform (UPP) e a Unified Distribution Platform (UDP) por ajudarem a melhorar a eficiência operacional e, por consequência, a alcançarem os objetivos estratégicos. Por um lado, a Unified Product Platform (uma plataforma que permite agilizar a criação e segmentação de produtos), assegura a fiabilidade de *pricing* e a



Jorge Miranda, regional manager, José Burgos, business developer manager, Aníbal Couto, customer service manager da MSG Life

seguradoras. Como *enabler* para a transformação digital, somos o parceiro ajustado para assegurar o contínuo acompanhamento em todas as fases do processo de digitalização. Com tecnologias atuais e ajustadas ao mercado, os nossos clientes otimizam processos de negócio e aumentam a sua eficiência operacional.

EM QUE GEOGRAFIAS PODEMOS ENCONTRAR OS PRODUTOS MSG LIFE?

J.B.: Estamos presentes em mais de 30 países, com uma sólida base de clientes distribuída por toda a Europa e Estados Unidos.

PLANOS DE ALARGAMENTO DA EXPANSÃO INTERNACIONAL EXISTEM?

J.M.: Os mercados da América Latina e do Médio Oriente têm-se revelado geografias com bastante interesse e potencial para as nossas soluções.

OS CONSUMIDORES ESTÃO A MUDAR, O MERCADO SEGURADOR TAMBÉM... QUE ALTERAÇÕES IDENTIFICA NESTE ÚLTIMO ANO NO SECTOR SEGURADOR?

J.B.: O mercado segurador está mais dinâmico e em permanente mutação. Esta realidade representa um desafio acrescido para agentes e seguradoras. Inovações tecnológicas, novas normas regulatórias e apertados orçamentos têm vindo a alterar tanto os modelos de negócio como a forma de interagir com o cliente. Para além disso, com a crescente democratização da digitalização, as companhias de seguros têm de ter a flexibilidade necessária para responder aos desafios do mercado atual, disponibilizando produtos e serviços consistentes, de forma eficiente e sem nunca perder de vista que o cliente deve ser o foco de todas as suas ações. A transversalidade da tecnologia tornou os mercados menos estanques. O cliente, que é o mesmo em diferentes sectores, espera a mesma experiência de consumo independentemente do serviço. Esta é uma oportunidade para o sector segurador, que deve evoluir para além das suas fronteiras de negócio, perceber outros mercados em que os seus clientes se movimentam e

absorver e adaptar essa informação ao seu modelo de negócio. Um maior conhecimento de hábitos comportamentais e de consumo é, sem dúvida, a chave para a microsegmentação. E, aqui, tecnologias cognitivas e que permitem análise preditiva, como *internet of things* (IoT) e *business intelligence*, por exemplo, são fundamentais para termos uma visão qua-



O CAMINHO PODERÁ PASSAR PELA SUBSTITUIÇÃO DO MODELO BUSINESS TO CONSUMER PELA LÓGICA BUSINESS TO INDIVIDUALS

se individual de cada um dos clientes. O caminho poderá passar pela substituição do modelo *business to consumer* (B2C) pela lógica *business to individuals* (B2i).

DE QUE FORMA SE ADAPTARAM ÀS TRANSFORMAÇÕES E EXIGÊNCIAS DO MERCADO SEGURADOR?

J.B.: A dimensão e filosofia do grupo msg, permite-nos investir fortemente em Investigação & Desenvolvimento (I&D), com destaque para o nosso CookHouse Lab, um laboratório de inovação em que trabalhamos em parceria com os clientes. Este mês, por exemplo, teremos um Pop-up Innovation Lab, em Munique, onde serão explorados diferentes temas, como a relação dos *millennials* com os seguros ou os impactos da normativa IFRS17 para o sector. Com um foco na inovação tecnológica, a msg life procura estar sempre um passo à frente das tendências, antecipando as necessidades dos seus parceiros e clientes, apoiando-os nos processos de transformação e ajudando-os a melhorar os seus resultados de negócio.