

Em sua décima quarta edição, o Painel Especial recebeu a presidente da Comissão de relações de consumo, Maria Carolina de Oliveira, e o presidente da Comissão de inteligência de mercado da CNseg, Gilberto Garcia, que trouxeram um resumo dos painéis da Conseguo relativos ao tema "Consumidor do futuro". Apresentado por Paulo Alexandre e com a participação do consultor econômico, Francisco Galiza, o programa é uma produção da GRTV, canal de debate e notícias relacionados à gerência de riscos.

Realizado pela Confederação Nacional das seguradoras (CNSeg), o Conseguo é o maior evento do mercado segurador. Sua décima edição contou com cerca de mais de 6 mil inscritos, 100 palestrantes e 26 painéis em sua programação. Foram cinco dias de evento baseado no tripé, transformação digital, futuro do trabalho e wellness ("bem-estar"). O tema da conferência 2021 foi "Inovando com o mercado e com você". E como prova da relevância do evento, a produção da GRTV produziu uma série de 8 programas sobre os assuntos discutidos nas palestras.

Francisco Galiza fez comentários a respeito de três painéis que abordaram o tema Consumidor do seguro na conferência. O primeiro deles foi intitulado "O novo consumidor de seguros: percepções e tendências. "Para mim, três pontos se destacaram nesse painel. O primeiro deles é sobre como a crise sanitária modificou as seguradoras e os consumidores. O segundo, diz respeito a importância da qualidade do atendimento. E o terceiro é sobre como o setor de seguros reagiu bem a crise", afirmou.

Já o segundo abordou o tema "Techlibrium: combinando digital e humanizado". Na opinião do consultor, os temas que mais chamaram a atenção na apresentação se referem as expectativas dos clientes em relação aos produtos e serviços, atendimento híbrido - digital e humano - e o fato da crise sanitária ter contribuído para a aceleração desses processos nos últimos dois anos.

O último painel comentado por Galiza abordou "Os desafios da comunicação numa sociedade em transformação", e teve a participação de especialistas da área. "Esse foi um dos painéis mais interessantes. Trouxe à discussão pontos relevantes como a importância de se entender a necessidade das pessoas e as informar, a confiança dos clientes nas marcas e a importância da tecnologia", destacou.

### **O novo consumidor**

Em sua participação, Gilberto Garcia falou sobre o painel que tratou do tema "O Novo consumidor". Na visão do entrevistado, o comportamento do consumidor deve mudar. "No ano passado nós estudamos junto com as seguradoras os impactos que a crise sanitária estava trazendo e observamos alguns pontos interessantes junto ao mercado. Acreditávamos que os seguros de automóvel não seriam renovados. Entretanto, eles acabaram sendo mesmo com a crise econômica que estamos vivendo", afirmou.

Segundo o executivo, também foi observado um aumento da quantidade de resgates dos planos de previdência. As seguradoras fizeram um trabalho muito intenso junto aos seus clientes para avaliar se esta era realmente a melhor ação a ser tomada para que eles garantissem o rendimento de suas famílias. Os seguros residenciais contratados naquela época ainda continuavam em linha com as expectativas da confederação. E similarmente ao que se vê hoje, a crise econômica também trouxe impacto no seguro de transporte em função do lockdown. Garcia também destaca que no final de 2020 observou-se que o seguro de automóvel realmente não sofreu queda na contratação e que o residencial teve um aumento expressivo, assim como o seguro de vida.

"Para o futuro as expectativas são muito boas em função do aumento da vacinação. Acreditamos no controle da crise sanitária, em uma retomada econômica mais acelerada, na nova cultura da proteção aos bens materiais e em todo o processo de revisão das normas de regulamentação que nós estamos vivenciando, assim como no open insurance", reforçou.

**Atendimento tecnológico x humano**

Maria Carolina, por sua vez, fez comentários a respeito do painel sobre "Como conciliar o atendimento tecnológico e humano". Em sua opinião, o consumidor de hoje é mais exigente, pois tem a maior parte das informações na palma da mão. Por outro lado, ele também tem sido impulsionado pelas empresas a experimentar, a utilizar os canais digitais. "Então meu conselho é o esforço em fazer o equilíbrio. Entre aproveitar essa motivação que as pessoas tiveram pela busca dos canais digitais e implementar a maior quantidade possível de serviços transacionais e, simultaneamente, continuar investindo nas equipes, no acolhimento", salientou.

De acordo com a executiva, o consumidor de seguros e previdência consegue resolver boa parte das suas demandas sozinho, até por conta da complexidade desses ramos. Mas quando busca por um serviço, um atendimento de um sinistro ou um aconselhamento, ele necessita da orientação de um consultor. "No fundo o que todo mundo espera é que tenhamos o básico brilhante. Soluções digitais ou soluções humanas que de fato proporcionem boas experiências aos clientes", concluiu.

**Confira a entrevista na íntegra:**

<https://www.youtube.com/watch?v=0ROIB7ZzfCQ>

**Fonte:** Oficina do Texto, em 16.11.2021