

Brasileiros aceitariam fornecedor dados pessoais por meio de dispositivos digitais para terem um prêmio de apólice mais baixo, mostra estudo da Capco

Ter uma apólice de seguros ainda é considerado um luxo no Brasil, mas a digitalização poderá ajudar a fidelizar os clientes atuais e expandir a base de usuários, indica estudo da Capco, consultoria global de gestão e tecnologia dedicada ao setor de serviços financeiros. Para realizar o estudo "O Futuro do Seguro: Personalizado, Digitalizado e Conectado", a Capco entrevistou quase 14 mil pessoas no mundo, sendo 1.007 pessoas no Brasil. Os resultados serão anunciados durante a **Open Insurance Week**.

Segundo o levantamento, **68%** dos entrevistados que já possuem um seguro contratado dizem que esperam melhores serviços online de suas seguradoras. Além disso, **78%** afirmou que espera essa melhoria por meio de aplicativos que deem acesso a todos os produtos financeiros que possuem, como contas bancárias e aposentadorias, e que também ofereçam aconselhamentos personalizados.

Um outro dado sobre a digitalização é o de que **70%** dos que não têm seguro usariam um aplicativo para ver em um só canal todos os seus produtos financeiros. É, portanto, uma indicação de potencial a ser explorado.

"O mercado de seguros no Brasil está mudando rapidamente com a Covid-19, com as tendências de digitalização e com as mudanças na regulação. Mais do que nunca, as seguradoras devem ficar atentas aos últimos desenvolvimentos do setor", afirma Luciano Sobral, sócio da Capco no Brasil.

O executivo lembra que a Superintendência de Seguros Privados (Susep) está avançando com o open insurance e reforçando a regulação de segurança cibernética. "Essas iniciativas representam tanto oportunidades, quanto desafios para os seguradores. Novos produtos e modelos de negócios podem ser criados, aumentando as conveniências para os usuários atuais e contribuindo para a captação de clientes", completou.

Além da importância da digitalização na estratégia das seguradoras, o estudo também indica que a criação de experiências personalizadas pode ser um fator de sucesso. De acordo com a pesquisa, dos **78%** dos consultados que têm seguro e aceitariam informar seus dados em troca de seguros personalizados premium e produtos, **41%** faria isso por meio de "wearables", ou acessórios como relógios inteligentes. Por isso, o compartilhamento de dados pode gerar novos pontos de entrada de clientes no segmento, mostra a Capco.

Outra conclusão do estudo é a importância de ampliar a educação sobre seguros na população, como forma de trazer novos clientes. Dos entrevistados que não tem seguro, **77%** nunca teve uma apólice e **31%** considera o produto desnecessário, enquanto **30%** disse não saber muito sobre o assunto. Outros **12%** disseram que não saberiam qual seguro comprar. Por isso, há uma oportunidade para as seguradoras demonstrarem os benefícios que os produtos geram, assim como formas de pagamentos alternativas como *Pix* e modelos como o *pay per use*, conclui a consultoria.

O estudo aponta que o aumento de renda é o principal fator que cria interesse de compra de seguros ou de aumento de cobertura já existente. Além disso, custo-benefício é o fator mais importante na hora de se decidir por uma seguradora. Apesar de ser considerado um produto de luxo, **53%** dos brasileiros disseram que deverão comprar um produto adicional de seguros no próximo ano.

A pesquisa global da Capco aconteceu em abril e maio deste ano e entrevistou 13.798 pessoas, sendo **49%** homens, **50%** mulheres e **1%** se identificaram como "outros". Os entrevistados têm mais de 18 anos e são do Reino Unido, Estados Unidos, Canadá, Brasil, Alemanha, Áustria, Suíça, Bélgica, Hong Kong, China, Singapura, Tailândia e Malásia.

Sobre a Capco

A Capco, empresa do Grupo Wipro, é uma consultoria global de gestão e tecnologia dedicada ao setor de serviços financeiros. Nossos profissionais aliam pensamento inovador e conhecimento incomparável no setor para oferecer aos nossos clientes expertise em consultoria, integração de pacotes e tecnologias complexas, entrega de transformação e gestão de serviços, para o avanço de suas organizações. Com nossa abordagem eficiente e colaborativa, ajudamos nossos clientes a inovar, aumentar receitas, gerir riscos e mudanças regulatórias, reduzir custos e aprimorar métodos de controle. Somos especializados particularmente em serviços bancários, mercados de capitais, gestão de patrimônio e investimentos, finanças, seguros, risco e compliance. Nos EUA, também temos prática em consultoria no setor de energia. Atendemos nossos clientes de escritórios nos principais centros financeiros das Américas, Europa e Ásia-Pacífico. Para saber mais, visite nosso [site](#) ou siga-nos no Twitter, Facebook, YouTube, LinkedIn, Instagram e Xing.

Fonte: DFREIRE, em 06.12.2021