

O especialista em Negócios ASG da Seguradora Mapfre, Bernardo Barroso, e a doutoranda em Administração de Empresas Luiza Neves Marques da Fonseca foram os vencedores do Concurso de Artigos Acadêmicos em Seguros 2022, na categoria Regulação do Mercado, organizado pela Escola de Negócios e Seguros (ENS), em parceria com a Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio). O artigo, “A privacidade de dados no open insurance” buscou entender como o consumidor enxerga as possibilidades que vão advir com o open insurance e a sua disponibilidade para participar desse ecossistema, autorizando o compartilhamento de seus dados pessoais em diferentes níveis.

O open insurance, na definição da Resolução CNSP N° 415/2021, envolve “o compartilhamento padronizado de dados e serviços por meio de abertura e integração de sistemas no âmbito dos mercados de seguros, previdência complementar aberta e capitalização”. A terceira fase da implementação do programa terá início em dezembro de 2022 e será finalizada em junho de 2023, quando serão efetivados os serviços de resgate, portabilidade e aviso de sinistro, entre outros, com foco na melhor experiência do consumidor.

Para conhecermos um pouco mais sobre o tema, conversamos com os autores do artigo, que será publicado na próxima edição da Revista da ENS.

De um modo geral, qual o nível de preocupação dos consumidores em relação ao compartilhamento de seus dados pessoais?

O que pudemos observar com a pesquisa foi que os consumidores se mostram, sim, muito preocupados com a exposição dos seus dados online, mas sentem que não possuem o conhecimento ou as ferramentas necessárias para mitigar os riscos que podem advir dessa exposição. Eles temem o compartilhamento de suas informações de forma desenfreada e sem a sua autorização, e também um eventual episódio de vazamento dessas informações. Mas, de maneira geral, isso não os impede de fornecê-los para ter acesso aos serviços digitais.

Qual o nível de conhecimento dos consumidores em relação à Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD)?

De forma geral, os consumidores já ouviram falar da LGPD, mas não conhecem bem as proteções conferidas por ela. Quando explicávamos o objetivo e os meios pelos quais a lei protege seus dados, eles demonstravam concordância com a legislação.

Que fatores podem encorajar e desencorajar o compartilhamento, por parte dos consumidores, de seus dados pessoais para o open insurance?

Tanto episódios coletivos quanto individuais de vazamento de dados por falhas na segurança digital têm potencial para impactar a confiança dos consumidores no compartilhamento de seus dados. Também entrevistamos consumidores que se sentiam extremamente lesados por continuarem a receber ligações e ofertas de empresas, mesmo após solicitarem que suas informações fossem retiradas das listas de contato. Estes afirmavam estar até mais indispostos a compartilharem seus dados futuramente do que os que, efetivamente, sofreram tentativas de golpe por vazamento de informações pessoais online. A régua é muito individual e, por isso, quanto mais cuidado e atenção para obedecer às regras, melhor.

Já entre os fatores que podem encorajar o compartilhamento de dados, sem dúvida, está o estabelecimento de uma relação de confiança e respeito com esse consumidor. É necessário simplificar a explicação sobre as condições e as regras do tratamento de seus dados, bem como a respeito da finalidade da utilização, já que os consumidores relataram que não costumam ler/entender as regras de privacidade que sinalizam como aceitas quando acessam os serviços digitais.

E, com certeza, a percepção de valor é muito importante. As empresas que operam no sistema aberto devem ofertar a melhor experiência possível aos consumidores, seja por meio de descontos, personalização dos produtos ou mais benefícios. Esses atrativos atuarão como grandes impulsores para o compartilhamento de dados.

Que argumentos podem ser utilizados pelas seguradoras para mitigar eventuais receios por parte de consumidores em relação ao compartilhamento de seus dados no open insurance?

O open insurance representa uma mudança abrupta na forma como as seguradoras fazem negócio. Balcões e canais exclusivos darão lugar a um ambiente mais flexível, com maior abertura para a inovação e competição. Com essa mudança de mentalidade, que deverá partir de dentro para fora, as seguradoras têm mais chance de atrair os consumidores para o sistema aberto. A confiança é consequência desse processo de mudança cultural do setor de seguros.

Fonte: CNseg, em 14.09.2022