

## **Com mais de 80% das empresas atingindo suas metas de melhoria na experiência do cliente, o setor se adapta às mudanças nos hábitos de consumo**

Em meio à crescente digitalização e às mudanças nos hábitos dos consumidores, a inovação se consolidou como um pilar estratégico para as empresas do setor segurador. O **1º Estudo sobre a Inovação no Mercado de Seguros, Saúde Suplementar, Previdência Complementar e Capitalização no Brasil**, contratado pela Confederação Nacional das Seguradoras (CNseg), aponta que as companhias estão investindo principalmente em iniciativas de gestão da distribuição, back office de TI e atendimento ao cliente. Os resultados têm sido positivos, com 84% das empresas atingindo suas expectativas em melhoria na experiência do cliente.

A pesquisa foi realizada pela Consultoria Capgemini, que entre os dias 12 de agosto e 8 de outubro de 2024 entrevistou 55 empresas associadas às quatro federações que compõem a CNseg. No seu conjunto elas arrecadaram R\$ 349 bilhões em 2023, o que representa 55% do market share do setor. Quando questionadas sobre as principais iniciativas inovadoras implantadas em 2023, as empresas destacaram três áreas de maior foco: a gestão da distribuição, apontada por 18% dos entrevistados como a principal área de inovação, seguida pelo back office de TI, com 16%, e atendimento ao cliente, com 14%. Esse foco na gestão da distribuição reflete uma estratégia clara de melhorar produtos e serviços, com 62% das empresas que investiram nesse macroprocesso priorizando justamente essa melhoria.

Para Alexandre Leal, diretor Técnico, de Estudos e de Relações Regulatórias da CNseg, esse cenário aponta para uma adaptação do setor às novas demandas dos consumidores, que buscam produtos mais personalizados, com processo de contratação mais rápido e que proporcionem uma experiência superior. "A gestão da distribuição é cada vez mais vista como um fator determinante para o sucesso das empresas e continuará sendo um foco estratégico em termos de investimentos para o futuro. A atenção crescente a esse processo é um indicativo claro da intenção de inovar em uma das etapas mais críticas na jornada do cliente: a distribuição dos produtos e serviços", explicou.

Para 2024, 71% das empresas participantes do estudo afirmaram que aumentaram seus investimentos em inovação, com o total podendo chegar a R\$ 19,6 bilhões. Em 2023, o setor investiu, em média, 2,5% da arrecadação em inovação, superando R\$ 16 bilhões. Os dados coletados indicam que os resultados das iniciativas de inovação têm sido muito positivos, com 56% das empresas atingindo suas metas de ganhos financeiros, e 20% superando essas expectativas.

Uma correlação interessante foi identificada entre os investimentos e os resultados obtidos: as empresas que superaram as expectativas financeiras concentraram mais de 10% de seus investimentos em inovação.

O fenômeno da transformação digital está presente em várias frentes, mas uma das mais evidentes é o crescimento das vendas online de seguros. A digitalização da venda de seguros já representa mais de 10% da receita para metade das empresas entrevistadas. Este dado revela uma mudança significativa no comportamento do consumidor e no modo como as empresas do setor se relacionam com ele. O conceito de "online" no estudo inclui vendas realizadas por meio de aplicativos, sites e modelos embedded (via parceiros), como o seguro viagem ou garantia estendida, em que o cliente adquire o produto de forma totalmente digital.

Leal destaca que é interessante observar que, embora o comportamento das empresas ligadas a bancos e as não ligadas a bancos seja muito similar nesse aspecto, o crescimento da receita digital tem sido um fenômeno particularmente marcante nas empresas nacionais. 75% das empresas que apresentam a maior representatividade de receita proveniente de vendas online são de grupos locais. "Esse dado reforça o quanto o mercado local está se adaptando rapidamente à nova realidade digital, especialmente com o aumento das vendas diretas e de modelos embedded", detalhou.

Olhando para o futuro, o estudo indicou que nos próximos três anos, o uso de inteligência artificial e de análise de dados avançada deverão ser as iniciativas que receberão a maior parte dos investimentos em inovação do setor. O estudo também aponta os maiores obstáculos e desafios para se inovar no setor de seguros brasileiro: a dependência de sistemas legados, a dificuldade de integração entre as diferentes áreas da empresa e até mesmo a dificuldade de atração ou desenvolvimento de talentos foram apontados como pontos de atenção.

**Fonte:** CNseg, em 17.01.2025.