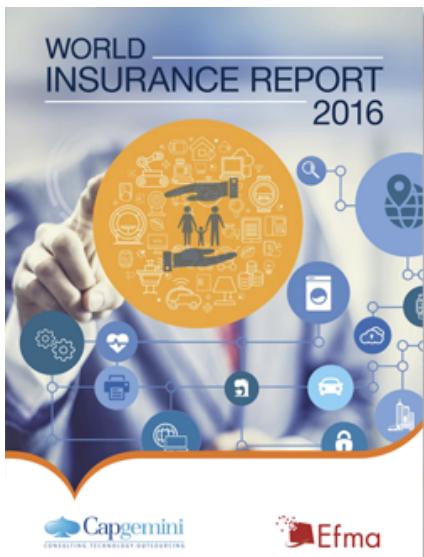


Edição 2016 do World Insurance Report mostra que dados gerados por dispositivos móveis, ecossistemas inteligentes e tecnologias vestíveis aumentarão a transparência dos riscos, mudando os atuais modelos de precificação



A edição 2016 do [Relatório Mundial sobre Seguros \(World Insurance Report\)](#) da Capgemini em parceria com a Efma, identificou várias ameaças que empurram o setor de seguros para uma ruptura massiva. A evolução contínua da Internet das Coisas (IoT, na sigla em inglês), combinada com a mudança do comportamento e preferências dos clientes da Geração Y já sinaliza a necessidade urgente de as seguradoras implementarem uma transformação significativa, com o risco de ficarem atrás de novos concorrentes como as startups financeiras de tecnologia (as chamadas fintechs).

De acordo com o relatório, uma ameaça fundamental para o futuro das seguradoras é a próxima onda de tecnologias conectadas, sob a forma de inovações como casas inteligentes, dispositivos “vestíveis”, drones, robôs e carros ativados por meio de máquinas. Essas tecnologias de IoT devem transformar a forma como as seguradoras se conectam com seus clientes e também a análise e gestão dos riscos, mudando os atuais modelos de precificação. Realidade para a qual a maioria das seguradoras parece ainda não ter despertado. Apenas 16% das empresas ouvidas para o estudo acreditam que os clientes aceitarão carros sem motoristas, por exemplo, enquanto 23% dos clientes demonstram esse interesse.

O poder aquisitivo é o fator que mais leva o cliente a abraçar as tecnologias relacionadas à IoT. Mais de 45% dos clientes abastados da Geração X devem adotar ecossistemas inteligentes, dispositivos conectados e ‘vestíveis’, comparados a apenas 30% a 35% de pessoas mais jovens e com menor poder aquisitivo. Para clientes da Geração Y com maior poder aquisitivo, a probabilidade de adoção das tecnologias conectadas é maior (50%). No entanto, os clientes mais ricos também tendem a contratar seguros de empresas não-tradicionais. Globalmente, aproximadamente 31% dos clientes ricos afirmam que podem vir a contratar seguros de empresas de tecnologia, percentual que sobe para 47% entre os clientes mais abonados da Geração Y.

Além do impacto nas conexões com o cliente, a Internet das Coisas deve impactar ainda mais os princípios básicos do setor de seguros. Em um mundo conectado, os dados gerados por dispositivos móveis, ecossistemas inteligentes e tecnologias vestíveis aumentarão a transparência e a apropriação dos riscos, assim como a responsabilidade pelas ações, como, por exemplo, no caso dos carros sem motorista, que deixa de ser do proprietário e passa a ser da montadora.

Finalmente, e mais importante, IoT se destaca na gestão do nível de exposição ao risco, devido aos ambientes mais seguros. Isso mudará significativamente os prêmios, ameaçando algumas operadoras, mas oferecendo oportunidades para aqueles que podem compreender os riscos emergentes que são inerentes, conforme a mudança tecnológica torna-se mais difundida na vida das pessoas e comércio.

Na opinião dos realizadores do estudo, as seguradoras devem começar a se preparar para a transformação do seu negócio. O relatório aconselha as seguradoras a criar bases sólidas, porém ágeis, no curto prazo. No médio prazo, devem refinar sua proposta de valor por meio de alianças estratégicas e insights baseados em dados. As estratégias de longo prazo devem se concentrar em transformar o negócio para ficar à frente dos perfis de risco emergentes, com novos modelos de interação, mudando o comportamento do cliente e a influência esperada de IoT na seleção de risco, precificação e prevenção de perdas.

“Enquanto já vivencia a transformação digital, o setor de seguros precisa se preparar para a ruptura massiva e inevitável trazida pela Geração Y e pela Internet das Coisas”, afirma o secretário geral da Efma, Vincent Bastid. “As seguradoras que colocarem como prioridade máxima a melhoria da sua habilidade em gerenciar e influenciar dados e riscos serão as mais preparadas”.

Comportamento da Geração Y será determinante

O Relatório Mundial sobre Seguros 2016 contém dados de mais de 15 mil clientes do setor de seguros do mundo inteiro, coletados a partir da pesquisa ‘Voice of the Customer’, da Capgemini, do Customer Experience Index (CEI) e de mais de 150 entrevistas com executivos do setor. A pesquisa usada no relatório cobre 30 mercados na América, incluindo o Brasil, Europa e Ásia-Pacífico, representando 93% do mercado de seguros global em termos de receita de prêmios. E ouviu mais de 15,5 mil usuários de seguradoras do mundo inteiro.

Entre os resultados, a pesquisa revela que os clientes da Geração Y apresentam uma probabilidade muito menor de passarem por experiências positivas com suas seguradoras se comparados aos consumidores de outras faixas etárias, apesar de estarem se comunicando com elas com mais frequência. Esse público interage mais em todos os canais de comunicação, principalmente nos digitais, sendo até 2,5 vezes nas mídias sociais do que os outros clientes e 2 vezes mais por meio de dispositivos móveis.

No entanto, essas interações resultam em níveis positivos de experiência do consumidor quase 20% menores do que os apresentados pelos clientes de outras faixas etárias, o que sugere que as expectativas dos clientes da Geração Y em relação aos canais digitais tradicionais são maiores do que as de seus colegas mais velhos.

Considerando que mais de um quarto de todos os clientes planejam comprar ou renovar o seguro por meio de canais digitais nos próximos 12 meses, o nível de experiência desse público é particularmente preocupante para esta indústria. Além disso, aproximadamente um quarto dos clientes da Geração Y diz que provavelmente contrataria seguros de empresas de tecnologia não tradicionais, destacando a ameaça que os novos concorrentes representam para a base de clientes das seguradoras tradicionais.

“Deixando de oferecer o engajamento adequado para os clientes digitalmente avançados, as seguradoras correm o risco de empurrá-los para um grupo crescente de novos entrantes do mercado e para concorrentes não-tradicionais impulsionados pela tecnologia”, diz o vice-presidente corporativo e líder do setor de seguros da Capgemini, John Mullen. “A Geração Y está indicando claramente que a forma como fazem negócios é diferente, e as seguradoras que atendê-los conforme as suas preferências terão uma vantagem competitiva clara”.

Fonte: [CIO](#), em 02.06.2016.

