

Por Fernanda Ângelo

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, está sinalizando 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. Esta é uma das constatações da pesquisa “Voice of the Consumer” (Voz do Consumidor, em português), conduzida pela Capgemini e pela Efma junto a mais de 15.500 usuários de seguradoras do mundo inteiro.

De acordo com o levantamento, a tendência é que a geração Y tenha menos experiências positivas com as seguradoras do que os 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 mais vezes nas mídias sociais do que os outros clientes e 2 vezes mais por meio de dispositivos móveis. O dado foi apresentado por Daniel Rocha, head de serviços financeiros da Capgemini, durante o Ciab 2016.

A pesquisa aponta, no entanto, que 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 planeja 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. “Os integrantes da geração Y estão indicando claramente que a forma como fazem negócios é diferente, e as seguradoras que conseguirem atendê-los conforme as suas preferências terão uma vantagem competitiva clara”.

### **Cresce o domínio da IoT**

Uma ameaça mais fundamental, ou facilitadora, para o futuro das seguradoras é a próxima onda de tecnologias conectadas, sob a forma de inovações como casas inteligentes, dispositivos “vestíveis” e drones, robôs e carros ativados por meio de máquinas. Rocha explica que essas tecnologias de IoT devem transformar os modelos de negócio tradicionais do setor de seguros, desde a forma como as seguradoras se conectam com seus clientes até a análise e gestão dos riscos.

Apesar dessa ameaça, aponta o relatório da Capgemini, este mercado está subestimando, e muito, a dimensão da adoção das tecnologias conectadas. Apenas 16% das empresas acreditam que os clientes aceitarão carros sem motoristas, por exemplo, enquanto 23% dos clientes demonstram esse interesse.

Mais significativo do que a idade, a riqueza é o fator que mais leva o cliente a abraçar as tecnologias relacionadas à IoT. Mais de 45% dos clientes de classe A e B 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 adotarem as 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 com alto poder aquisitivo afirmam que podem vir a contratar seguros de empresas de tecnologia, percentual que sobe para 47% entre os clientes mais abonados da geração Y.

**Fonte:** [Convergência Digital](#), em 23.06.2016.