

**Celso Paiva**

Diretor da Alfa Seguradora

É certo de que em todas as atividades, por mais tradicionais ou arcaicas que elas possam ser, a tecnologia só vem se agigantando e ganhando espaço e dependência nos tempos atuais.

E com nossa atividade, seguros, não seria diferente!

A cada dia, nós, seguradores, dependemos mais e mais dela. Presente na simplificação da nossa operação, em todos os níveis, no fornecimento de dados para nosso gerenciamento e tomada de decisão, o uso do computador estreita a distância entre nós, nossos colaboradores e nossos consumidores.

Por mais que o “mundo do seguro” ainda seja pouco desbravado pelo consumidor, este já está se aproximando das seguradoras através de comunicação e meios digitais. O consumidor, e aí não se limitando a “gerações mais dependentes da internet”, busca facilidades de conhecimento sobre o assunto, quer rapidez nas respostas tanto elucidativas quanto quantitativas, sobre suas necessidades de proteção e consequentemente, seu “custo x benefício”.

Os sites das seguradoras já se tornaram um atrativo e um diferencial entre nós. Quanto mais abrangentes, tanto melhor. Quanto mais funcionais, mais utilizados. Quanto mais esclarecedores, mais comerciais. As facilidades de apresentação dos nossos produtos, seus custos e como contratá-los são hoje indispensáveis para nossa sobrevivência e crescimento.

Porém, pela quantidade de produtos existentes, suas pequenas diferenças, de seguradora para seguradora, e ainda, a pouca intimidade do consumidor final com as várias nuances dos produtos securitários, permanece, – e acredito que ainda por bastante tempo –, a dependência do “conselheiro”, nesta acelerada aproximação entre as “pontas”.

O corretor de seguros, o “conselheiro”, ainda é e continuará sendo, o elo necessário entre o desconhecimento do segurado e a gama de produtos das seguradoras e suas variações de preço para coberturas e com certeza é ele, corretor, quem esclarece, orienta e desempata contratações para necessidades similares!

O mundo do turismo foi modificado pelo uso da tecnologia, enxugando a participação do agente de turismo, que hoje atua muito pontualmente neste segmento e aproximou exageradamente o turista das companhias aéreas, hotéis, resorts, venda de ingressos, programas turísticos, etc. Sobreviveram os agentes mais específicos/sofisticados e a utilização do canal tecnológico estrangulou o intermediário.

As agências bancárias diminuíram de tamanho e reduziu-se o volume de seus frequentadores. E o mundo digital foi e continua sendo o causador e o modificador.

Mas no nosso “mundo”, o corretor, que também, cada vez mais, é dependente da tecnologia para se comunicar com as duas pontas – tanto para vender como para conhecer e se relacionar com segurados e seguradoras – mantém sua importância no direcionamento e relacionamento entre estas partes.

Sem sua atuação próxima é quase certa a frustração entre o que se “compra” e o que se “vende” pois, são parceiros de consumo que deveriam ser “convergentes”, mas que sem o conhecimento de uma das partes e o não esclarecimento da outra, acabam se posicionando erroneamente em lados opostos e em papéis de “forte” e “fraco”, e o desgaste desta relação poderá ser o produto desta ausência!

É fato que estamos mais próximos, e este é um caminho sem volta, mas sem a intermediação, seja ela menos ou mais específica, esta triangulação, segurado, corretor e segurador, mesmo já sendo dependentes do on line, da nuvem, do interativo, do conectado, do virtual, como todos nós já o somos, em quase tudo nesta vida, a tecnologia no nosso mundo é e será sempre meio e não substituto do conhecimento, da especialidade e da orientação, que é base para a sustentação da relação de consumo no nosso mercado.

“Corretores de seguros e seguradoras, modernizem-se!”

Mas não se distanciem em prol do crescimento maduro da conquista e permanência de segurados e novos consumidores, unidos pela ponte que transforma constantemente a relação, mas que será sempre “meio”, a Tecnologia!

Fonte: Artigo publicado originalmente na revista [Opinião.Seg nº 12 - Agosto de 2016](#).