

Por Cesar Luiz Danieli (*)



A Internet das Coisas (**IoT**)^[1] é um assunto atual e está fazendo uma grande revolução no mundo tecnológico com as infinitas possibilidades que surgem. As empresas cada vez mais disponibilizam dispositivos conectados que capturam estilos de vida, serviços e produtos utilizados e conectados. Nota-se toda vez que um app (aplicativos para celulares) é instalado, é solicitada autorização para acessar contatos, localização, preferências entre outros, ou determinados produtos eletrônicos que por mais simples que sejam, sempre existe um aplicativo que pode se conecta com outros.

Estima-se que haverá 34 bilhões de dispositivos conectados no planeta até 2020^[2], no Brasil estima-se 20 milhões de objetos conectados e a expectativa que chegam a 200 milhões até 2025^[3], ainda já em 2018, pelo menos metade do mundo estará conectado a internet – fato que encontramos seguidamente quando lemos sobre o futuro – parece ser inevitável que a medida que evoluímos, aumentamos as conexões entre o real e o virtual resultando em mais “coisas” conectadas.

Nesse mundo cada vez mais conectado, logo nos fazemos à pergunta: como as entidades de previdência podem se posicionar para fornecer melhores soluções de aposentadoria e benefícios em uma época em que os participantes estarão hiperconectados?

As entidades precisam inovar em busca da conectividade, trazendo melhorias no atendimento e antecipando necessidades dos participantes com base nas escolhas e hábitos de vida:

Solução	Descrição
Melhorar a experiência do participante na administração e escolha de investimentos em sua conta de aposentadoria e prover serviços proativos conforme as necessidades:	Processar anualmente as análises e estabelecer políticas para realizar uma interação consistente com o participante, é fundamental para as entidades aprenderem mais sobre seus clientes, incrementando o produto e melhorando a avaliação de risco de forma pró ativa e não retroativa. Analisar reivindicações feitas pelos participantes por determinados tipos de benefícios em períodos distintos da sua vida é uma boa forma de se antecipar a necessidades e propor novas soluções. Temos como exemplo o casamento, onde há a necessidade de contratação do benefício de pensão ou na idade jovem, onde se necessita aumentar as contribuições para uma eventual invalidez

	acidental, e assim por diante.
Considerar dados oriundos de aplicações da IoT em casa, saúde, comercial, carro e muito mais:	Com base nas inúmeras informações coletadas, sendo observadas mudanças quantos aos aspectos de melhoria da saúde ou em condições que resultam em maior risco à sua saúde, daí podendo ser prevista a sobrevida, resultando a necessidade de aumento de contribuição ou até uma possível redução em face das condições de saúde coletadas; da movimentação patrimonial individual, dessas e outras informações coletadas propor soluções e serviços esperados para um participante distinto de forma prospectiva.
Criar Novos Produtos e Desenvolver Técnicas Upsell^[4]:	Colocar soluções certas para o participante conectado será essencial. É uma grande oportunidade de explorar ao máximo o potencial de interesse do participante, ou ainda, ao público das patrocinadoras e instituidoras. Com acesso a dados relevantes, a equipe de relacionamento com o participante pode fazer upselling para aumentar as contribuições ou trazer mais participantes para a EFPC. A aplicação será semelhante ao fazer com que o participante faça mais aportes ou opte por uma característica de investimento específica para sua conta de aposentadoria conforme a sua necessidade.

A *IoT* pode se tornar uma alavanca para as EFPC, se tornando um centro de soluções em benefícios para seus participantes e incrementar o número de participantes no sistema:

Pode-se buscar múltiplos usos para o *IoT* em a sua entidade, explorando aplicativos do carro, da casa, e no uso do computador e smartphones, bem como modelos geradores que poderia fazer aumentar o nível de adesão e de contribuições aos planos de benefícios.

Utilizar o *IoT* como um serviço de valor agregado para que os participantes, e o público de patrocinadores e instituidores ganhem confiança no compartilhamento de dados e beneficie-se da capacidade de se aproximar do seu publico alvo.

Identificar novas necessidades e oportunidades para definir os benefícios para o participante baseado em seu uso removendo a adivinhação, usando o *IoT* como uma forma de identificar as necessidades do participante e definir a sua estratégia para o plano de benefícios.

Descobrir novos modelos de risco que passam da compensação reativa à proteção pró ativa, de forma a preparar-se para uma mudança fundamental e positiva no comportamento para reduzir reclamações e maximizar o objetivo do participante.

Contudo, vemos uma grande dificuldade para as EFPC, que é a de superar questões de gestão e de propriedade de dados em tempo real, em especial no que se refere a quem deve possuir os dados e como eles devem ser transmitidos através de atores estratégicos em conjunto com formas de lidar com novas e enormes quantidades de dados em tempo real.

[1] A Internet das Coisas ou *Internet of Things (IoT)*, em inglês, é um termo utilizado para descrever um paradigma tecnológico no qual os objetos físicos estão conectados em rede e são acessados através da Internet.

[2] Estimativa feita pela Business Intelligence.

[3] Estimativa as Teleco, consultoria especializada em telecomunicações.

[4] *Upsell*: Ferramenta de vendas que agrega outros produtos além do que o cliente procura, com base em suas necessidades.

(*) **Cesar Luiz Danieli** é Atuário graduado pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS Pós-Graduado em Gestão Financeira com ênfase em Mercados de Capitais pela Fundação Getúlio Vargas – FGV e Máster Internacional em Auditoria y Gestión Empresarial pela Universidad Europea Miguel de Cervantes – UEMC. É Diretor de Previdência, Saúde e Seguros da Mercer GAMA.

Fonte: MERCER GAMA, em 23.01.2017.