

“A Intermediação do Seguro no Brasil e os novos canais de venda” é o estudo mais recente elaborado pelo CPES

“A Intermediação do Seguro no Brasil e os novos canais de venda” é o estudo mais recente elaborado pelo Centro de Pesquisa e Economia do Seguro (CPES), da Escola Nacional de Seguros. A principal conclusão do trabalho, de autoria do professor da Escola, Miro Cequinel, é que o consumidor brasileiro ainda prefere contratar apólices com o corretor de seguros.

A constatação é altamente relevante, principalmente em tempos em que se discute o advento dos canais de venda *on-line*, cada vez mais presentes nas negociações de seguros. De acordo com a pesquisa, aplicativos e *sites* de cotação funcionam como porta de entrada para o setor, mas, no momento de fechar o negócio, é ao corretor que o segurado recorre.

Segundo o professor Cequinel, a Internet tornou-se um meio importante para obter informação sobre produtos securitários e prêmios. “A contratação da apólice ainda tem o corretor como figura-chave e a explicação para isso reside no receio do serviço comprado ser diferente do anunciado na *web* ou falso”, explica.

O estudo também identificou que o seguro é o produto com o maior índice de rejeição para compra *on-line*. De 22 itens elencados em pesquisa do Serviço de Proteção ao Crédito (SPC), os seguros aparecem na última colocação, com apenas 6% de aceitação.

O levantamento mostra ainda uma comparação entre o Brasil e outros países nas formas de distribuição e contratação do seguro. “Os canais modernos de venda direta, como a Internet e dispositivos móveis, ainda respondem por uma parte pequena dos prêmios no mercado mundial de seguros, no Brasil inclusive. Os meios tradicionais, que incluem corretores, agentes, bancos e outros intermediários, continuam dominando as vendas”, conclui Cequinel.

O estudo está disponível para download gratuito no site cpes.org

Fonte: Boletim Acontece nº 601, em 13.04.2018.