

Enquanto as companhias de seguros lutam para oferecer uma melhor experiência aos clientes, as BigTechs – grandes empresas de tecnologia como a Amazon e o Google – estão prontas para entrar no setor de seguros. No entanto, se as seguradoras forem capazes de melhorar sua agilidade digital e desenvolver modelos operacionais prontos para o futuro, elas terão a oportunidade de atrair e reter clientes para competir com essa disruptão. A conclusão faz parte do [World Insurance Report 2018](#) (WIR ou Relatório Mundial de Seguros, em tradução), concebido pela Capgemini em colaboração com a Efma, que entrevistou segurados e empresas de 20 países, entre eles o Brasil. O estudo também examina como as seguradoras tradicionais ficaram atrasadas na comparação com seus pares bancários no atendimento às demandas dos clientes, deixando-os “vulneráveis” aos concorrentes não tradicionais.

“O uso de dados e a capacidade de oferecer uma experiência ao cliente verdadeiramente digital são fatores críticos para a seguradora do futuro, algo no qual grandes empresas de tecnologia, como a Amazon e o Google, se destacam. A ameaça de concorrentes com esse perfil é mais real do que a indústria de seguros está disposta a admitir”, avalia Anirban Bose, Head da Unidade de Negócios Estratégicos Globais de Serviços Financeiros da Capgemini e Membro do Conselho Executivo do Grupo. “As seguradoras, avaliadoras de risco por natureza, devem urgentemente voltar o seu olhar para si mesmas e considerar os riscos competitivos dentro de seu próprio mercado, a fim de evoluir e sobreviver”, complementa.

### **Seguradoras estão tentando alcançar a entrega da melhor experiência ao cliente por meio da tecnologia**

As empresas de seguros ficaram em terceiro lugar, depois do varejo e do setor bancário, entre as verticais da economia com melhor delivery de experiência aos usuários, com a maior diferença entre os clientes da Geração Y[1] (de 18 a 34 anos). Embora pouco mais de 32% dos clientes da Geração Y tivessem uma experiência positiva com os bancos, menos de 26% relataram avaliação semelhante com sua seguradora. O estudo também aponta que os clientes de todos os segmentos agora aceitam uma comunicação digital no mesmo nível dos canais convencionais, com mais da metade dos segurados atribuindo um alto valor a sites corporativos para realizar transações de seguros, e mais de 40% considerando aplicativos móveis como um canal importante.

Como as novas tecnologias digitais habilitam serviços inovadores e de valor agregado, quase 46% dos “tech-savvy” (clientes com experiência em tecnologia) e 38% dos clientes da Geração Y estão dispostos a receber ofertas de seguros proativas e personalizadas por meio de diversos canais, o que pode gerar novas oportunidades de receitas.

### **BigTechs estão prontas para tirar vantagem dos erros do setor de seguros**

As grandes organizações multinacionais de tecnologia, representadas pelas BigTechs, estão se preparando para estabelecer presença no setor de seguros se apropriando de sua reputação de excelência na experiência com seus usuários. Globalmente, como mostram os dados do World Insurance Report 2018, 29,5% dos consumidores afirmaram que considerariam comprar pelo menos um produto de seguro de uma BigTech, o que representa um aumento de 12 pontos percentuais em relação a 2015, quando apenas 17,5% dos segurados indicaram essa disposição.

A Geração Y e os “tech-savvy” parecem mais inclinados a abandonar a fidelidade às seguradoras tradicionais. Esses clientes citam experiências não tão positivas com as empresas tradicionais, mas também revelam uma maior probabilidade de trocar de seguradora em 12 meses e estão mais abertos à compra de produtos de seguro das BigTech.

### **Preferências dos clientes impulsionam investimentos das seguradoras em agilidade digital**

Disrupções motivadas por fatores de mercado, tanto tecnológicos como organizacionais, juntamente com as ambições das BigTechs, estão tornando a adoção de modelos de operação digitalmente ágeis uma necessidade. As InsurTechs – novas empresas de seguros que se pautam em inovações tecnológicas para concentrar eficiências e atrair segmentos específicos de clientes –, estão liderando o caminho da agilidade digital. Nesse sentido, a colaboração entre as seguradoras tradicionais e as InsurTechs é essencial para obter mais eficiência e diminuição dos custos a partir das capacidades digitais em todo o segmento.

De acordo com o World Insurance Report 2018 mais de 80% das seguradoras citam a evolução das preferências dos clientes como o fator mais crítico a impulsionar a agilidade digital, com seus investimentos fornecendo insights sobre o futuro da indústria. Quase dois terços das companhias de seguros estão testando relógios inteligentes e dispositivos “vestíveis”; mais de um terço implantou telemática e pouco acima dos 55% estão investindo em reconhecimento de fala e blockchain, com a automação robótica de processos sendo, atualmente, a tecnologia digital mais implementada entre eles.

“Para obter valor de seus investimentos, as seguradoras precisam pensar no quadro geral e desenvolver uma abordagem holística, que possa ser fortalecida pelas capacidades das InsurTechs, em vez de optar por uma adoção gradual”, comenta Vincent Bastid, CEO da Efma.

### **Modelos operacionais habilitados para o futuro garantem sustentabilidade a longo prazo**

Para obter sucesso na era digital, o relatório destaca que as seguradoras devem fomentar a agilidade digital e desenvolver modelos operacionais capazes de oferecer uma experiência superior ao segurado, reunindo o melhor dos canais digitais e tradicionais. Por exemplo, mais de 65% dos entrevistados ressaltaram que a personalização de ponta a ponta da jornada do cliente era sua maior necessidade. No entanto, para isto, as seguradoras precisam de um ecossistema digitalmente integrado, que interconecte as seguradoras com clientes e parceiros, a fim de permitir um fluxo eficiente de informações e serviços.

Um ecossistema integrado digitalmente suportaria os serviços personalizados em tempo real que os clientes estão esperando e demandando. Com a agilidade digital aprimorada, as companhias de seguro poderão obter maior percepção das necessidades do segurado e melhorar o tempo de comercialização de inovações, ao mesmo tempo em que poderão gerar uma maior eficiência operacional e redução de custos – conclui o relatório.

### **Sobre o World Insurance Report 2018**

O World Insurance Report (WIR) 2018 abrange todos os três segmentos gerais de seguros – vida, não-vida e seguros de saúde. O relatório deste ano se baseia em pesquisas realizadas em 20 mercados: Alemanha, Austrália, Bélgica, Brasil, Canadá, China, Cingapura, Espanha, Estados Unidos, França, Holanda, Hong Kong, Índia, Itália, Japão, México, Noruega, Reino Unido, Suécia e Suíça. O estudo fornece informações sobre as preferências, expectativas e comportamentos dos segurados em relação a tipos específicos de transações de seguros.

Para mais informações, explore o website do relatório em [www.worldinsurancereport.com](http://www.worldinsurancereport.com)

**Fonte:** [Valor Agregado](#), em 14.06.2018.