

As inovações e transformações da indústria de seguro de vida global e a mudança de comportamento de consumo das novas gerações foram temas debatidos no evento



Palestrante e debatedores do painel 1: Gustavo Toledo, Silas Kasahaya, Thad Burr, Alexandre Camillo e Ronald Kaufmann

O inédito evento CVG-SP Limra Day aconteceu hoje, 16 de agosto, no Teatro Renaissance, em São Paulo. Promovido pelo CVG-SP em parceria com a Limra e patrocínio do IRB Brasil Re, o evento apresentou as principais inovações da indústria de seguro global para se adequar à mudança de comportamento de consumo dos segurados.

"O seguro de vida em um mundo em transformação" foi o tema da palestra apresentada por Thad Burr, Managing Director da LL Global, no primeiro painel do evento, que contou com a mediação do diretor de Relações com o Mercado do CVG-SP, Gustavo Toledo.

Thad elencou cinco megatendências para o seguro de vida: internet e robótica; tecnologia combinada com mobilidade; pobreza e riqueza da população mundial; demografia e saúde; segurança, serviços financeiros e seguros. Em relação às mudanças provocadas pelas novas tecnologias, o especialista da Limra afirmou que o principal resultado será a redução de custos.

"Significa que os negócios existentes serão alterados de maneira severa, incluindo o seguro de vida e a previdência", disse. Ele citou o blockchain e a IoT (Internet das Coisas) como as tecnologias mais disruptivas para o seguro no futuro. Sobre pobreza e riqueza, condições que impactam a indústria de seguros, o especialista deu uma boa notícia: a pobreza está diminuindo em todo o mundo.

Com mais de cem anos de existência, a Limra produziu estudo que demonstra a redução da

pobreza mundial. Em 1820, 94% da população mundial viviam na extrema pobreza; em 1900, 84%; em 1950 o percentual se manteve em queda constante, passando de 72% para 26% em 2000, até chegar a 10% em 2015. "Para nossa indústria é importante que o mundo se torne rico", disse.

Em relação à distribuição de seguros, Thad mencionou que uma das tendências é a fusão entre este serviço e as instituições financeiras. Outra tendência é o uso das redes sociais para a oferta de seguros. Alexandre Camillo, presidente do Sincor-SP e debatedor no painel, prevê a convergência entre a distribuição de seguros e as novas tecnologias. "A mudança é inexorável e o corretor precisa se adequar", disse.

Ronald Kaufmann, Country Manager da Limra Brasil, acredita que o futuro será de muitas mudanças para o seguro. "O comportamento de consumo está mudando, mas o ser humano nunca perderá a necessidade de proteção do seguro", disse.

Importância do relacionamento

No segundo painel, Carlos Islas Murguía, representante da Limra/Loma no México e América Latina, analisou "Como as seguradoras e seus profissionais estão se preparando para atuar neste novo horizonte de Seguro de Vida". A partir do exemplo do México, onde a venda consultiva prevalece, ele acredita que no Brasil ocorra o mesmo.

Porém, o especialista advertiu que o papel do corretor de seguros está mudando e que, por isso, o mais importante não é a quantidade de apólices vendidas, mas a relação de confiança estabelecida com o cliente. Segundo Murguía, o corretor deve se transformar em um consultor financeiro, oferecendo outros produtos, além do seguro de vida, que supram as necessidades do cliente.

Murguía elencou os drivers de mudança para o seguro de vida: tecnologia, regulatório, econômico, demográfico e consumo. Em relação aos avanços da tecnologia, ele também aposta no crescimento do uso de inteligência artificial, blockchain e telemática. O especialista expôs alguns exemplos, como o do aplicativo que prevê a expectativa de vida da pessoa apenas com base na foto do rosto.

Uma pesquisa da Limra com executivos da indústria de seguros, realizada em 2018, mostrou que a preocupação com a segurança cibernética lidera nos Estados Unidos, com 92% das respostas, na América Latina, com 75% e na Ásia, com 84%. Ele citou, ainda, uma pesquisa da Accenture, realizada em 2017, que revela a disposição do consumidor em ser atendido por um robô para gerir as suas finanças. Em relação à aquisição de seguros, 74% concordaram com o atendimento feito por uma máquina.

Por isso, Murguía acredita que o mais importante para o corretor de seguros é o relacionamento. "Quanto mais bem relacionado com o cliente final, melhor", disse. A mesma pesquisa também mostrou que as pessoas estão mais confortáveis em relação às compras online, tanto que 39% responderam que aceitam se comunicar com os corretores pelas redes sociais. "Por isso, as mídias sociais não são opcionais, mas obrigatórias para atingir o cliente", disse.

Debatedor no painel, Bernardo Castello, diretor Bradesco Vida e Previdência, afirmou que não duvida que algumas áreas das seguradoras estão em xeque, principalmente, a de subscrição de riscos e de sinistros. "O papel da seguradora será mais baseado em algoritmos. Daí a necessidade de se reinventar", disse. A seu ver, as seguradoras terão algumas áreas com maior destaque no futuro, como suporte jurídico e inovação na criação de produtos. Já a distribuição também se transformará, segundo Castello. "O corretor será um especialista em cliente e não mais em produto", disse.

Alessandra Monteiro, diretora de Vida e Longevidade do IRB-Brasil RE, considera que as redes sociais serão importantes para a oferta de seguros e mais ainda para se conhecer o consumidor. "Precisamos entender o nosso cliente para oferecer o produto mais adequado. O grande desafio será preparar o profissional de seguros para esse novo mundo", disse.

No encerramento do CVG-SP Limra Day, o presidente do CVG-SP, Silas Kasahaya, elogiou o conteúdo apresentado nas palestras e informou que a Limra dispõe de muitos estudos que serão colocados à disposição dos associados, por meio de parceria firmada entre ambas as entidades.

Fonte: Márcia Alves, em 16.08.2019