

Na live da ANSP, Silas Kasahaya destacou a tecnologia como meio para entender o novo comportamento de consumo e direcionar a oferta de seguros

“Vida e Previdência: o que vem de novo por aí?”. A questão foi debatida por especialistas no Café com Seguro Live, promovido pela Academia Nacional de Seguros e Previdência (ANSP), no dia 13 de julho. Além do presidente do Clube Vida em Grupo São Paulo (CVG-SP), Silas Kasahaya, também analisaram o tema Nilton Molina, presidente do Conselho de Administração da Mongeral Aegon Seguros e Previdência e do Instituto de Longevidade Mongeral Aegon, e Octávio Perissé, presidente do CVG-RJ.

Nilton Molina avaliou a evolução do seguro de pessoas nos últimos anos, destacando como um marco 2017, quando, pela primeira vez, o seguro de vida ultrapassou o faturamento do seguro de automóvel. Agora na pandemia, ele enxerga uma nova fase de desenvolvimento para o ramo por dois motivos. “As pessoas reduziram seus gastos, pois passaram a entender o que é supérfluo, e perceberam que precisam da proteção do seguro, porque a morte se avizinha”. Sua conclusão é que a pandemia deixará um saldo positivo para o ramo.

No entanto, Molina indicou que o mercado de seguros tem lição de casa para fazer no pós-pandemia, começando pela “reconceitualização” de vida e previdência. “Parece que a previdência complementar é só VGBL e PGDL, mas não é. Nosso desafio é explicar à população que seguro de vida e previdência não são produtos distintos”, disse, acrescentando que também é preciso utilizar a força de venda de quase 80 mil corretores no país para alavancar a oferta de seguro.

Para Silas Kasahaya, hoje não faltam produtos de risco (vida) ou acumulação (previdência) para atender a todos os perfis de público consumidor. Considerando que a venda desses produtos depende da existência de bons consultores, ele entende que o uso da tecnologia pode ser bastante útil. “O corretor de seguros tem os dados de clientes em sua carteira e a tecnologia pode servir para replicar modelos de oferta e direcioná-los para públicos específicos”, disse.

Embora o mercado de seguros esteja avançando no uso de tecnologias, como big data, machine learning, inteligência artificial e outras, o presidente do CVG-SP avalia que a pandemia trouxe novos desafios. Segundo ele, está surgindo uma nova cultura digital que exige das seguradoras

mais velocidade no processo operacional, desde a emissão de apólices até a regulação de sinistros. “Por isso, entender o novo comportamento de consumo será cada vez mais importante daqui por diante”, disse.

Além dos três especialistas, a live contou com a participação do presidente da ANSP, João Marcelo dos Santos, e do acadêmico Edmur de Almeida. Para assistir ao evento na íntegra, acesse: <https://www.youtube.com/watch?v=zooa3HIEVT8>

Fonte: Márcia Alves, em 15.07.2020