

COM A PALAVRA

EDIÇÃO Nº 03 | JULHO 2017 | ESPAÇO ELETRÔNICO DO CLUBE DE SEGUROS DE VIDA E BENEFÍCIOS DO RIO GRANDE DO SUL



RENATO PEDROSO

FORMADO EM DIREITO PELA FACULDADES INTEGRADAS DE CURITIBA/PR, COM MBA EM GESTÃO EMPRESARIAL PELA FGV. DIRETOR PRESIDENTE DA PREVISUL SEGURADORA DESDE 2016, ATUOU COMO DIRETOR JURÍDICO DA COMPANHIA DE 2007 À 2010, COMO VICE-PRESIDENTE DE 2011 À 2013, DIRETOR DE NEGÓCIOS DE 2013 À 2015.

A DIGITALIZAÇÃO DO RELACIONAMENTO NO MERCADO DE SEGUROS

A digitalização do relacionamento com o consumidor está em voga nos meios de comunicação e já é uma realidade, principalmente no varejo e no sistema bancário brasileiro, um dos mais avançados do mundo. O mercado securitário, por sua vez, também está passando por uma transformação digital, que exige a disponibilização e adequação de ferramentas capazes de oferecer cada vez mais autonomia ao Segurado e ao Corretor de Seguros, desde a cotação até o acompanhamento de sinistros. Contudo, tal movimento demanda uma reflexão importante.

A digitalização das Companhias Seguradoras se iniciou ainda nas décadas de 80 e 90, com a implementação de sistemas de gestão e envio de informações periódicas ao Órgão Regulador. A transformação atual é muito mais abrangente. Trata-se de uma mudança de cultura na forma de relacionamento, que estimula as Companhias a realizarem grandes investimentos para desenvolver interfaces que possam oportunizar ao cliente, seja ele Segurado ou Corretor de Seguros, uma navegação simples e intuitiva, culminando com a redução de despesas com atendimento presenciais, tais como SAC, além do envio de documentos impressos.

Porém, dada a complexidade dos produtos securitários, é natural surgirem questionamentos relativos a amplitude de tais investimentos e o respectivo retorno financeiro e comercial às Companhias. Na pesquisa anual elaborada pela FEBRABAN sobre Tecnologia Bancária, verifica-se um aumento exponencial dos canais digitais no relacionamento bancário. Em 2013, os canais “não digitais”, que incluem SAC, correspondências e agências bancárias/postos de atendimento, representavam 33%, enquanto os “digitais”, incluindo caixas automáticos, internet banking e mobile banking, representavam 67%. Em 2016, essa proporção havia mudado para 28% (“não digitais”) e 72% (“digitais”), com sensível migração para o relacionamento via mobile banking (de 4% em 2013 para 34% em 2016).

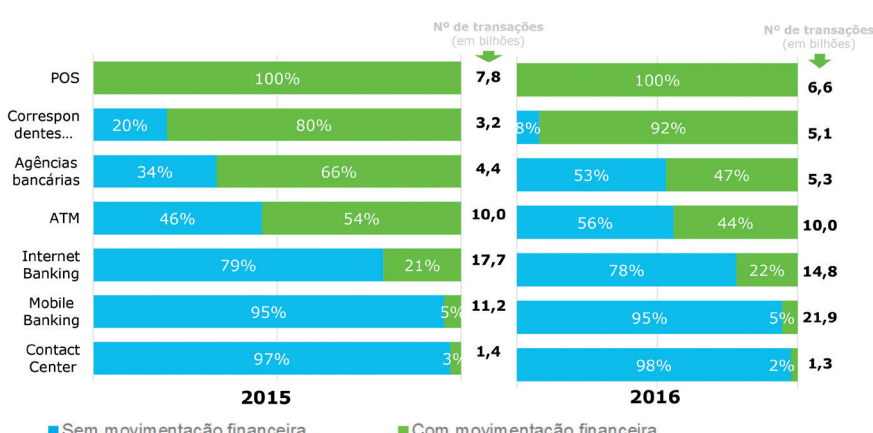
Contudo, se analisarmos o total de transações realizadas via internet banking em 2016, verifica-se que apenas 22% tiveram movimentação financeira (que incluem operações de empréstimos e seguros, por exemplo). Se analisados os dados do mobile banking, esse percentual cai para apenas 5%. Isto leva a concluir que o consumidor, apesar de certamente desejar o relacionamento digital ao presencial para operações corriqueiras, como consulta de saldo e extratos, ainda prioriza o atendimento próximo e humano no momento de realizar transações financeiras complexas, que incluem a contratação de seguros, na busca pelo atendimento consultivo, que atente para suas necessidades.

Diante deste cenário, o papel do Corretor de Seguros se fortalece cada vez mais, ganhando ainda mais relevância no mercado securitário e assumindo papel decisivo para o bom entendimento do produto de seguros e, conseqüentemente, para a contratação de coberturas e capitais aderentes às necessidades do Segurado. Conclui-se, portanto, que a digitalização do relacionamento é um caminho sem volta, mas que demanda reflexões importantes pelo mercado securitário.

Transações com movimentação financeira quase dobram em mobile banking



Evolução das transações por preferência do usuário também mostra alta de transações sem movimentação financeira nas agências, sinalizando mudança de perfil do canal para o atendimento consultivo



Fonte: Pesquisa FEBRABAN de Tecnologia Bancária 2017 © 2017 Deloitte Touche Tohmatsu. Todos os direitos reservados.

12