



CONSUMIDOR PÓS-COVID IMPÕE DESAFIOS AO MERCADO SEGURADOR

Conseguro debateu as mudanças que precisam ser feitas para atender ao novo perfil de demanda

Rio de Janeiro, 28 de setembro de 2021 – A pandemia de COVID 19 acelerou a adoção de processos digitais pelas seguradoras, que souberam atender às necessidades em termos de produtos e inovação. Mas também reforçou novas demandas por parte dos consumidores, exigindo ainda mais inovação, simplificação e agilidade, afirmou o presidente da Comissão de Inteligência de Mercado da Confederação Nacional das Seguradoras – CNseg e superintendente de BI Corporativo da Liberty Seguros, Gilberto Garcia. O debate ocorreu durante a Conseguro 2021, evento bianual da CNseg, considerado o maior do mercado de seguros do país.

Entender quem é o novo consumidor, o que ele espera do mercado segurador e como as empresas devem se preparar para atender a estas demandas foi o ponto central do painel “O novo consumidor de seguros – Percepções e tendências”, na tarde desta segunda-feira, 27/09. Dados apresentados por Karina Maia Machado, especialista de Inteligência e Pesquisa de Mercado da Prudential e membro da Comissão de Inteligência de Mercado da CNseg (CIM), comprovam a intensa transformação do mercado segurador nos últimos anos.

Desde que a Comissão foi criada, em 2017, Grupos de Trabalhos (GT) foram montados para entender o contexto do mercado segurador e também apontar desafios e tendências. No GT Experiência do Cliente, a necessidade de melhorar a qualidade do atendimento foi destaque. Os estudos mostraram que metade (50%) dos consumidores de seguro compram com mais frequência após uma experiência positiva e que são necessárias 12 experiências positivas para compensar uma negativa. Além disso, 96% dos clientes insatisfeitos não reclamam, mas 91% deles vão embora e nunca voltam.

No ano seguinte, outro GT focou na digitalização dos processos das seguradoras. Em 2018, 79% das seguradoras tinham processos digitais relacionados a sinistros, reembolso, sorteio e benefícios; 72% cobrança, 61% cancelamento e 61% aquisição/contratação. Os percentuais caíram quando o tema foi renovação/manutenção (33%), cancelamento (32%) e subscrição (28%).

“O processo de digitalização já vinha ocorrendo, mas acelerou muito com a covid-19”, comenta Karina, citando dados do GT Covid 2020, que apontou as ações implantadas para atendimento ao cliente como processos de sinistro digitalizados (49%), reembolso 100%

digital (40%), serviços assistenciais 24 horas (79%), vistoria Prévia/inspeção de risco virtual (44%) e avaliação prévia digital de saúde para seguros de vida (73%).

Dados sobre o comportamento do cliente de seguro também foram apresentados por Nayara Alonso, gerente de Inteligência de Mercado da UOTZ. Em uma das pesquisas, no público que decidiu não renovar e deixar de ter um seguro, quatro em cada 10 pessoas alegaram o preço. Os outros seis não renovaram para mudar de seguradora, devido à qualidade do serviço e do atendimento.

Para a especialista, haverá cada vez mais pressão por novos produtos que acompanhem as mudanças na sociedade, com eletrodomésticos conectados que podem sinalizar vazamento de gás ou riscos de incêndios e carros autônomos que reduzirão o risco de acidentes. “Os produtos de seguro precisam acompanhar estas mudanças que virão em breve. Muita coisa vai mudar e as seguradoras precisam acompanhar esta revolução que terá impacto no preço do seguro”, afirmou.

Falando em nome dos corretores, quem participou do painel foi Gutemberg Alves de Souza, diretor de Business Intelligence da MDS Corretora de Seguros. “A transição para o atendimento virtual trouxe um receio inicial, de que o relacionamento ficaria deteriorado, mas a adaptação foi rápida e isto não ocorreu”, comentou Souza.

“Tivemos demandas novas geradas pela pandemia. Riscos cibernéticos ganhando espaço, risco de transporte, aumento do delivery, ou seja, várias possibilidades para olhar e criar produto. “Os desafios da digitalização agora são: automação, treinamento, velocidade e novos riscos que surgem”, acrescentou. Para Souza, será cada vez mais importante pensar em plataformas para distribuir os produtos e também difundir, de forma clara, a cultura do seguro.

Assista ao painel na íntegra <https://youtu.be/e-UeV81gEe8>

Serviço:

Conseguero 2021

Quando: 27/09 a 01/10

Inscrições gratuitas: conseguro.cnseg.org.br

Horário: a partir das 10h em 27/09 e a partir das 11h nos demais dias

Contato: Mariza Louven

Imprensa.cnseg@cdn.com.br

Sobre a CNseg

A Confederação Nacional das Empresas de Seguros Gerais, Previdência Privada e Vida, Saúde Suplementar e Capitalização (CNseg) congrega as empresas que compõem o setor, reunidas em suas quatro Federações (FenSeg, FenaPrevi, FenaSaúde e FenaCap). A missão primordial da CNseg é contribuir para o desenvolvimento do sistema de seguros privados,

representar suas associadas e disseminar a cultura do seguro, concorrendo para o progresso do País.