

**Periodicidade:** Diária**Classe:** Informação Geral**Âmbito:** Nacional**Tiragem:** 80000**Temática:** Banca/Seguros**Dimensão:** 762 cm<sup>2</sup>**Imagem:** S/Cor**Página (s):** 16

Mais de um terço das companhias de seguros já estão a disponibilizar soluções telemáticas e mais de 55% investem em automação

## Mais pessoas dispostas a comprar seguros às empresas de tecnologia

Em todo o mundo, 29,5 % dos clientes preveem vir a comprar pelo menos um seguro a uma empresa BigTech – mais 12% do que em 2015

MAGALHÃES AFONSO  
jorge.afonso@ionline.pt

Quase um terço dos clientes admitem comprar seguros às grandes empresas de tecnologia, que se preparam para entrar no mercado com posições de destaque, tirando partido da insatisfação dos clientes com as seguradoras tradicionais. O atraso destas no que diz respeito à satisfação do cliente – comparando com a banca – é motivo de fragilidade acrescida perante os novos concorrentes e obriga a agilidade digital.

As conclusões são do estudo "World Insurance Report (WIR) 2018" da Capgemini e EFMA, divulgado ontem por ocasião da conferência "Banca e Seguros 4.0", organizada pela ACEPI –

Associação de Economia Digital em parceria com a AESE Business School, em Lisboa.

"A utilização dos dados e a capacidade de oferecer uma experiência realmente digital aos clientes são competências essenciais para assegurar o futuro das seguradoras, tanto mais que são áreas de excelência desde sempre para as BigTechs", resume o responsável pelos serviços financeiros da Capgemini.

"As seguradoras, que por natureza são especialistas em avaliar riscos, devem tomar rapidamente consciência dos riscos concorrenciais emergentes no seio do seu próprio setor de modo a poderem evoluir e assegurar a sua própria sobrevivência", acrescenta Anirban Bose, que é também

membro da direção da consultora de serviços, tecnologia e transformação digital.

O WIR 2018, feito em colaboração com a EFMA, principal associação de bancos, seguradoras e instituições financeiras na Europa, abrange os três principais ramos dos seguros (vida, não vida e saúde) e revela as preferências, expectativas e comportamentos dos clientes em relação às companhias de seguros e às transações específicas relacionadas com os seguros.

De acordo com o relatório, as seguradoras estão mal classificadas no ranking da experiência de clientes e as gerações Y (pessoas entre os 18 e os 34 anos) e tech-savvy (clientes que utilizam de forma frequente os canais inter-

net e móvel para gerir as suas transações) estão disponíveis para receberem ofertas de seguros proativamente personalizadas nos vários canais.

Ao mesmo tempo, são também as mais inclinadas a abandonar as seguradoras tradicionais, revelando total abertura para comprar seguros às BigTech. Em todo o mundo, 29,5% dos clientes preveem vir a comprar pelo menos um seguro a uma BigTechs.

**AGILIDADE** O WIR aponta ainda que a agilidade oferecida pelas tecnologias e novas plataformas digitais se tornou requisito para novos modelos operacionais, com mais de 80% das seguradoras a afirmarem que a evolução das preferências dos clientes é motor de serviços ágeis e digitais.

O estudo sublinha que, para garantir a agilidade, as companhias de seguros devem melhorar a experiência de cliente com a personalização e têm de dispor de ecossistemas digitais que integrem ligações simples entre seguradoras, clientes e parceiros, criando um fluxo eficaz de informações e serviços.

O WIR conclui também que, com a agilidade digital, as seguradoras podem ter uma visão mais profunda e abrangente das necessidades dos seus clientes e, ao mesmo tempo, reduzir custos e aumentar a eficácia.