



Câmara Brasileira de Comércio Eletrônico cria Comitê de Seguros

A Camara-e.net criou recentemente o Comitê Setorial de Seguros, com objetivo principal de consolidar e otimizar as práticas já existentes do comércio eletrônico de seguros. Nesta edição, entrevistamos o coordenador do comitê, **Manuel Matos**, fundador da Via Internet S.A., empresa especializada em estratégias de e-business e e-commerce para o setor de seguros.

Qual foi o processo para a criação deste comitê?

O comitê se reuniu em São Paulo com presenças importantes de empresas como AGF, Aliança do Brasil, AON Affinity, AON Risks, Brasilprev, Clube de Vida em Grupo de SP, Hannover, Icatu-Hartford, MAPFRE, Porto Seguro, Real Seguradora, Santander Seguradora, Sistemas & Seguros, Sul América, Unibanco AIG, Via Net Seguros & Previdência Online, VVD Corretora de Seguros e Via Internet S.A.

O encontro reafirmou um paradigma, às vezes, questionado: a necessidade da cooperação mútua entre corretores e seguradoras para impulsionar o comércio eletrônico de seguros. Esse é um grande passo, no sentido de se sanar a preocupação dos profissionais corretores de serem colocados à parte no processo de vendas de seguros pela internet.

Como está atuando o mercado de seguros on-line nesse momento?

De acordo com dados do "quem é quem em seguros on-line", hoje já existem aproximadamente 1800 sites de corretores, 45 sites de empresas que atuam no ramo de seguros e 16 de previdência e vida. Há, ainda, 9 extranets para corretores indexadas, iniciativa que confirma a preocupação das maiores seguradoras com a inserção tecnológica de sua principal força de vendas e com a oferta de subsídios para as operações on-line.

Além da iniciativa das seguradoras e corretores, outro importante serviço vem cooperando para o crescimento do comércio eletrônico de seguros: o Internet Banking. Embora os bancos sejam os maiores concorrentes diretos das seguradoras, o serviço que prestam ao mercado eletrônico de seguros, é essencial para impulsionar qualquer agente interessado no ramo. Nos sites de Internet Banking do Bradesco, do Itaú, do Unibanco e do HSBC, por exemplo, podemos encontrar links e banners para o serviço de seguros oferecidos pelos mesmos.

Quais são os objetivos do Comitê Setorial de Seguros?

O principal objetivo é a elaboração de um conjunto de propostas para uma política setorial de tecnologia da informação e comércio eletrônico para a área de seguros, previdência e capitalização. Além disso, o comitê irá fomentar todas as ações que visem promover o empreendedorismo dos corretores de seguros como ferramenta de desenvolvimento do setor e promover a inclusão digital desses profissionais como instrumento viabilizador do empreendedorismo.

Quais são as principais barreiras para se praticar o e-commerce no segmento de seguros?



Manuel Matos

O e-commerce em seguros começa a ser praticado por alguns corretores e pelos bancos, por meio do Internet Banking. A principal barreira é a ausência de produtos on-line por parte das seguradoras, para que os corretores possam comercializar em seus próprios sites. Ainda existe uma visão paternalista das seguradoras que preferem a comercialização nos seus próprios sites, inibindo o empreendedorismo por parte dos corretores independentes.

Como você vê a atuação da SUSEP neste sentido?

A Superintendência de Seguros Privados - SUSEP tem se mostrado ágil e muito prática quando o assunto é internet. É uma das molas propulsoras desse desenvolvimento. Atualmente aquela autarquia está conduzindo estudos, visando a simplificação do processo de contratação de seguros com a conseqüente redução de custos para os agentes econômicos envolvidos.

Qual o papel do corretor de seguros considerando um cenário totalmente on-line?

Permanece o mesmo: prospectar novos clientes, gerar negócios e assistir da forma mais eficaz possível seus segurados. Para tanto, a capacitação em serviços on-line deixou de ser uma opção para ser uma exigência. A Camara-e.net, atenta a esses movimentos, promoverá o amplo debate entre seguradores e corretores e encaminhará suas propostas aos órgãos competentes.

Informativo!

Semana.Compre bate recorde

A última Semana.Compre, veiculada em crossmedia, com apoio do Mastercard, bateu novo recorde: o movimento médio das e-lojas participantes apontou o impressionante crescimento de 120% em vendas, comparativamente ao das semanas anteriores à ação. A campanha foi liderada pelo Comitê de Varejo da Camara-e.net e contou com a participação de Americanas.com, Livraria Cultura, Livraria Saraiva, Magazine Luiza, Shoptime, Extra, Som Livre e Submarino.

Grupo Anti-SPAM

Abranet, ABA, AMI, Fecomercio e Camara-e.net formaram grupo para discutir e encontrar consenso sobre formas de coibir o uso indiscriminado de e-mails não solicitados. O movimento pretende divulgar um código de ética, uma cartilha de uso do e-mail marketing, selo Anti-SPAM e ações de comunicação institucional para conscientizar a opinião pública sobre este importante assunto.

Camara-e.net na CMSI

A terceira e última reunião preparatória à Cúpula Mundial da Sociedade da Informação foi realizada entre os dias 15 e 26 de setembro, em Genebra. A agenda incluiu a eleição do presidente e dos secretários dos sub-comitês que conduziram os trabalhos do evento, marcado para a semana de 8 a 12 de dezembro. A Camara-e.net foi encarregada de indicar os palestrantes e participantes do setor privado brasileiro para a CMSI e eventos paralelos.

Brazilian Standards

A Camara-e.net, em parceria com a e-Consulting, acaba de lançar a newsletter internacional Brazilian Standards, que tem como objetivo informar e promover nossa Economia Digital frente a empresas e entidades de todo o mundo. Além de artigos, serão divulgados indicadores de mercado, opiniões e análises de nossos sócios e formadores de opinião. Contribuições devem ser enviadas para info@camara-e.net.

Seja.Socio

Escreva para
info@camara-e.net
ou informe-se no site
www.camara-e.net

Participe da Câmara Brasileira de Comércio Eletrônico.
Influencie o presente e o futuro do comércio eletrônico no Brasil.