

FINANÇAS

EMIÇÃO

Grécia pretende captar US\$ 15,6 bilhões em bônus nos próximos dois meses

A Grécia pretende ofertar bônus global em dólares nos próximos dois meses, como parte do plano para levantar € 11,6 bilhões (US\$ 15,6 bilhões) em funding ao final de maio, depois que investidores perderam dinheiro na mais recente oferta. Petros Christodoulou, diretor-geral da Agência de Gerenciamento da Dívida Pública, disse ontem, à Bloomberg Television, que o país deseja captar um total de € 32,8 bilhões neste ano.



Dani Simmonds/SXC

MOEDAS

Participação do dólar nas reservas mundiais cresce no quarto trimestre de 2009, diz FMI

A participação do dólar nas reservas externas mundiais aumentou no último trimestre de 2009, após dois trimestres consecutivos de queda, de acordo com dados publicados pelo Fundo Monetário Internacional (FMI) ontem. No quarto trimestre do ano passado, o dólar compunha 62,14% das reservas externas mundiais, de 61,5% no trimestre anterior, segundo o FMI.

Seguradoras de bancos investem em venda cruzada

Banco de dados de cartão é usado para identificar perfis de clientes

Thais Folego
tfolego@brasileconomico.com.br

Com o crescimento da economia e o aumento do poder aquisitivo do brasileiro, o mercado de seguros pretende duplicar a sua participação no PIB no país – que hoje é de cerca de 3% – nos próximos anos. Apesar dos novos consumidores de apólices que estão por vir, ainda há um grande espaço para crescer em quem já compra seguros, a chamada venda cruzada. “Setenta por cento dos correntistas do Bradesco têm apenas um produto da seguradora. Temos pelos menos mais uma Bradesco Seguros para crescer dentro do banco”, diz Jorge Nasser, diretor-executivo de Marketing da Bradesco Seguros e Previdência. Segundo ele, apenas 12% das residências e 30% da frota de veículos no país estão segurados.

Além da base de dados própria de clientes, a seguradora do Bradesco usa os dados de correntistas do banco para montar modelos preditivos de venda cruzada. O processo é o seguinte: analisa-se o perfil de um cliente que tem um plano de previdência, por exemplo, e identificam-se outras pessoas que têm as mesmas características – sexo, idade, estado civil, faixa de renda – e, portanto, têm mais propensão a comprar esse mesmo tipo de produto. A venda cruzada, inclusive, é uma forma mais barata de venda. “O custo de colocação de um novo produto para uma pessoa que já é nossa segurada é quatro vezes menor do que para uma pessoa que não era nossa cliente”, comenta Nasser.

Outro banco de dados valioso é o de cartões de crédito, pois é possível analisar o comportamento de consumo dos clientes, explica Lysandro Trotta, diretor

Ao analisar o perfil de um cliente que compra um plano de previdência, por exemplo, os bancos rastreiam pessoas com características semelhantes para oferecer o produto

executivo da DNMCA, consultoria especializada em inteligência analítica. Segundo ele, é importante antecipar ao comportamento dos clientes. Ele fez recentemente um trabalho com o Banco Mercantil, da Venezuela, em que com a base de dados de cartões de crédito do banco foi desenvolvido um modelo de propensão de compra de seguros. “Analisamos o comportamento do cliente, com base no seu padrão de compras no cartão, e indicamos que tipo de se-

guro ele está mais propenso a comprar”, explica Trotta.

Exemplo

No Citigroup, a área de cartão de crédito e seguros anda em paralelo na estratégia de relacionamento com o cliente pessoa física. No início do ano, o banco fez uma reestruturação interna e integrou a área de seguros com a unidade de varejo. Assim, os produtos ficaram sob a mesma estrutura, facilitando a venda cruzada. E aí é uma via de mão

dupla, com o seguro sendo usado como uma ferramenta de ativação do cartão de crédito.

Outra forma eficiente de cruzar dados de clientes é com a utilização de software de inteligência artificial, avalia Evandro Machado Abreu, diretor de Marketing e Produtos da Provider IT. “O cérebro humano é capaz de cruzar de sete a oito variáveis, enquanto um software de inteligência artificial tem a capacidade de cruzamento de cerca de 200 variáveis”, explica Abreu. ■

BRDESCO**70%**

dos clientes do banco Bradesco têm algum produto da seguradora do banco. A Bradesco Vida e Previdência tem hoje 30,822 milhões de contratos de seguros, planos de previdência complementar aberta e títulos de capitalização. Possui 334 agências próprias, além da parceria com 32 mil corretores.

Nasser, do Bradesco: há muito espaço para oferecer novos produtos de residência e veículos para clientes da seguradora



Divulgação