

Tehnologiile informationale si comunicationale provoaca piata asigurarilor

Lect.dr. Dana COLIBABA

Catedra de Analiza Statistica si Evaluare, A.S.E. Bucuresti

Datorita unor participanti importanti de pe piata asigurarilor si printr-o implicare directa a unor companii de asigurari si reasigurari sau mari investitori din alte tari dezvoltate, cum sunt Austria, Marea Britanie, SUA, Germania, Grecia, Italia, Olanda, Israel etc. se poate spune ca, în România, pe piata asigurarilor exista o reala economie de piata.

Operatiunea de alegere a unei companii de asigurari virtuale este importanta deoarece clientii vor sa fie convinsi, daca nu prin propriile lor analize, macar prin serviciile de asistenta on-line ca sumele investite pentru a-si asigura viata nu sunt irosite. Reputatia unei astfel de companii virtuale îi intereseaza si pe furnizorii de servicii care sunt interesati de bonitatea acestora iar potentialii investitori cauta sa înțeleaga daca riscul pe care si-l asuma nu este exagerat si daca se pot astepta la marirea profiturilor prin investitia într-o astfel de companie. Internetul a adus schimbari majore în modul de a munci, de a ne organiza activitatile sau de a ne exprima dorintele, facilitându-ne accesul la informatie. El ne va conduce catre o transformare a pietelor clasice într-o piata unica, în care tranzactiile vor fi greu de asociat cu o anumita jurisdictie.

În e-asigurari vor trebui stabilite o serie de coordonate majore pentru reglementarea unei asemenea activitati: semnatura digitala, negocierile electronice, vânzarea la distanta, marketingul serviciilor financiare la distanta precum si impactul asupra protectiei mediului.

Cuvinte cheie: e-comert, asigurari, on-line, brokeri, B2B

De dezvoltarea infrastructurii necesare si extinderea accesului la Internet sunt zone de importanta majora pentru toate tarile, iar acestea trebuie explorate nu în mod individual de catre fiecare tara ci la nivel international, eventual în functie de organismele existente, cum sunt Organizatia pentru Cooperare Economica si Dezvoltare (OECD) sau Cooperarea Economica Asia Pacific (APEC).

Si la nivelul tarii noastre, Guvernul României, prin HG 58/februarie 1998 a aprobat Strategia nationala de informatizare si implementare în ritm accelerat a societatii informationale precum si Programul de actiuni privind utilizarea pe scara larga si dezvoltarea sectorului tehnologiei informatiei în România. În octombrie 1998 a fost constituit Consiliul consultativ pentru strategia nationala de informatizare si implementare a societatii informationale, cu mai multe grupe de lucru pe probleme specifice.

Recunoasterea avantajelor poate lua nastere din participarea deplina la economia informatiei a tuturor tarilor si nu neaparat a celor mai putin dezvoltate. Pentru majoritatea statelor, e-comertul si trecerea la economia digitala sunt constrânse de lipsa unei infrastructuri minimale. Atât pe plan national cât si international, dezvoltarea tarilor se leaga de determinarea modului în care pot beneficia de emergenta economiei digitale (care la rândul ei va implica alte necesitati si dorinte ale consumatorilor) si situatia existenta a infrastructurii telecomunicatiilor. De exemplu, la nivelul anului 1997, în România existau un numar de 1.341 milioane linii telefonice digitale si 2.180 milioane linii telefonice analogice, într-o scadere semnificativa fata de anul 1994. Pentru tarile dezvoltate, productivitatea potentiala a economiei digitale ofera atât avantaje cât si dezavantaje daca se fac investitii masive, dezvoltarea economica se accelereaza, în caz contrar, tarile pot pierde teren în dezvoltarea economica. Acestea

sunt motivele pentru care este esential ca guvernele sa adopte o legislatie care sa faciliteze dezvoltarea Internetului.

Internetul determina globalizarea pietelor, aceasta însemnând ca tranzactiile via Internet vor creste atât de mult încât se va putea cuantifica impactul fluxurilor comerciale, chiar daca marimea si directia acestora variaza. Rezultatul este ca Internetul ofera acces pe noi piete iar web-designerii vor trebui sa tina seama de procesul de globalizare.

Impactul e-comertului asupra economiei nu va mai tine seama de valoarea monedei nationale si va permite crearea avantajelor concurențiale (prin furnizarea de informatii), largirea ofertei, dezvoltarea de noi servicii, costuri scazute si eficientizarea proceselor de desfacere¹.

Cel mai important aspect al Internetului îl constituie realizarea unui nou mod de comunicare, lucru care se regaseste în modalitatea în care oamenii au început sa faca afaceri în si între diferite ramuri de activitate. Acest proces poarta denumirea de B2B². Deja acesta este un model de afaceri, firmele cauta pe Internet modalitatea de a-si creste eficienta iar consumatorii cauta sa-si îndeplineasca necesitatile si dorintele.

În anumite domenii de activitate, comertul B2B reprezinta un raspuns la fortele existente pe piata. Poate aparea si situatia în care firmele au sisteme semiautomatizate prin care își definesc activitatile sau stabilesc contacte, lanseaza oferte si, cu toate

acestea, nu finalizeaza tranzactiile decât prin intermediul sistemelor clasice.

Multe avantaje ale e-comertului pot fi exploatate si de vânzarea asigurarilor, cum sunt: *1asig.ro*, *asigurari-online.ro* sau direct de la brokeri, *hti.ro*.

Pâna în prezent, atentia specialistilor si a resurselor de orice alta natura au fost directionate catre dezvoltarea comerciala a Internetului, catre locul de întâlnire al vânzatorilor cu consumatorii sau, mai pe scurt, B2C. Exista o cale mai buna de utilizare a noilor tehnologii în B2B, deoarece complexitatea afacerilor si dorinta de a avea si alte avantaje de la înalta tehnologie sunt doua domenii care merg pe drumuri paralele. Aceste elemente au stat la baza aparitiei si dezvoltarii dorintei/necesitatii de servicii financiare, categorie în care se înscriu si asigurarile.

În sistemul clasic, fiecare persoana ar putea fi un cumparator potential, exista o legislatie bine reglementata, produsele sunt particularizate pentru fiecare individ, iar agentul de asigurari/consultantul ofera documentatie si stabileste calea de documentare cu fiecare persoana în parte.

În SUA, asigurarile au aparut în anii 1890, ca urmare a exploziei financiare si a industrializarii rapide. În jur de 1920 s-au pus bazele politelor de incendii, iar dupa cel de-al doilea razboi mondial s-a pus problema satisfacerii necesitatilor veteranilor de razboi. Momentul se intersecteaza cu utilizarea primelor calculatoare.

În zilele noastre, ramura asigurarilor este mai interesata de evitarea riscurilor, motiv pentru care utilizeaza din plin noile tehnologii. De exemplu, societatea HTI Insurance Brokerage ofera on-line:

- Consultanta si expertiza atât în materie de identificare, analiza si evaluare a riscurilor, cât si de proiectare a unor programe de asigurari, oferind solutii integrate de maxima eficienta. La acestea se adauga analiza si verificarea tuturor clauzelor contractuale;
- Negocierea transferului riscurilor, pe de o parte prin obtinerea unor conditii optime din punct de vedere al raportului cost-ca-

¹ Prin produs se înțeleg bunuri, servicii, idei. Bunurile sunt obiecte (de la pasta de dinti la tractoare) care satisfac necesitatile consumatorului. Serviciile sunt intangibile, si pot fi, spre exemplu, apeluri telefonice, calatorii cu avionul sau sfaturi financiare. Si ideile sunt intangibile si pot deveni proiecte foarte valoroase. „**Metode statistice avansate de cercetare a pietei**”, Dana Colibaba, Ed. ASE, Bucuresti, 2000.

² Termenul a fost descris în articolul „Revolutia mobile în societatea informationala”, autor Dana Colibaba, aparut în Revista de Informatica Economica, nr. 4/2000.

litate contractuală a asigurării, iar pe de altă parte, prin identificarea celor mai competitivi asiguratori;

- Finalizarea procesului de transfer al riscurilor;
- Analiza gradului în care pierderile rezultate în urma producerii riscurilor au fost recuperate, minimizate sau evitate prin aplicarea programelor de management de risc implementate.

Companiile care domina piața au un stil de lucru greoi și îmbatrânit, astfel încât evoluția lor urmează un trend descendent. Dacă apare un nou curent de opinie sau idei noi, firmele din branșă preferă ca oricare alta dintre ele să facă primul pas, să testeze și eventual să beneficieze de rezultate, așteptând ca drumurile să fie batătorite înainte de a face și ele același lucru. Ele adoptă strategia secundului pe piață. Un alt comportament îl constituie ignorarea ideii, până în momentul în care sunt forțați să o încerce sau să o adopte. În acest timp, agenții, vânzările și serviciile din acest domeniu suportă indirect abordarea retrogradă, lucru care se reflectă în creșterea cheltuielilor și stîrbirea imaginii companiei³.

„La locuri noi, oameni noi” spune un proverb românesc. În domeniul asigurărilor, aceasta ar putea însemna că se pot realiza combinații între veteranii care nu sunt multumiti de vechile metode și instrumente de lucru și între tinerii „agresivi” care caută noi modalități de a face afaceri. Rezultatul reunitii cunoștințelor și energiei creatoare aduce inovație, lucru benefic pentru companiile în cauză. Dacă nu se dorește această combinație, atunci compania poate opta pentru formarea de agenți, adică persoane care au lucrat în alte domenii, acest lucru fiind benefic deoarece oferă avantajul transferului de abilități și

tehnici existente în alte ramuri de activitate către industria asigurărilor. Metoda a fost testată cu succes de firmele de audit.

Nu trebuie să ne oprim numai la încheierea efectivă a asigurărilor deoarece trebuie să mai luăm în considerare și aspectele legate de managementul și logistica partajării, manipulării, transferării, sortării și contorizării numărului mare de date din domeniu: încasări, portofolii de clienți și de agenți, daune s.a.m.d. Nu putem uita asistenta de specialitate, în care potențialul client cere informații suplimentare despre un produs, o companie sau oricare altă care i-ar putea fi utilă.

Pentru a clarifica cât mai multe dintre problemele și întrebările care apar referitor la asigurări, site-ul românesc *asigurari-online.ro* oferă un sistem de întrebări frecvente (celebrele FAQ) pe care clienții le ridică.

- *Ce este fransiza?* – fransiza reprezintă partea din dauna care rămâne în sarcina asiguratului și nu se despagubește de către societatea de asigurare. Cu cât fransiza este mai mare cu atât prima de asigurare trebuie să fie mai mică.

- *Ce este și de ce este importantă reasigurarea?* – reasigurarea reprezintă operațiunea prin care o parte din riscurile acceptate de o societate de asigurare sunt cedate unui reasigurator.

- *Ce se poate asigura?* – Conform Legii 47/1991, în România se pot încheia următoarele tipuri de asigurări:

a. Asigurări de bunuri

1. Asigurarea clădirilor și altor construcții, precum și a conținutului (mijloace fixe, obiecte de inventar, stoc de marfă, bunuri diverse, bunuri casabile aparținând persoanelor fizice și juridice)

2. Asigurarea mașinilor, utilajelor, echipamentelor și instalațiilor

3. Asigurarea echipamentelor electronice, a datelor și a suporturilor pentru informații

b. Asigurări de răspundere civilă și profesională

1. Asigurarea de răspundere civilă generală

³ Strategia liderului de piață și folosirea tehnologiei informației au fost descrise în articolul „Aplicarea tehnologiei informației în implementarea strategiilor concurențiale”, autori Dana Colibaba și Giani Gradinaru, aparut în Revista de Informatică Economică, nr. 2/2000.

2. Asigurarea de raspundere civila a producatorului

3. Asigurarea de raspundere civila a societatii specializate în servicii de protectie

4. Asigurarea de raspundere civila a unitatilor turistice si hoteliere, a unitatilor de administratie publica, a unitatilor de servicii auto, a saloanelor de igiena si înfrumusetare

5. Asigurarea de raspundere civila a chiri-asului fata de proprietar

6. Asigurarea de raspundere civila a societatilor de transport calatori si turisti

7. Asigurarea de raspundere profesionala pentru medici, farmacisti, avocati, notari publici, experti contabili si contabili autorizati, arhitecti, ingineri, constructori, notari, cadre didactice si pedagogice, medici veterinari

c. Asigurari de autovehicule

1. Asigurarea de avarii si furt a autovehiculelor – CASCO

2. Asigurarea de accidente a conducatorilor auto si a altor persoane aflate în autovehicule

3. Asigurarea de raspundere civila a autovehiculelor cu valabilitate în afara teritoriului României – CARTE VERDE

4. Asigurarea de raspundere civila auto obligatorie pentru pagube produse tertilor – RCA

5. Asigurarea de raspundere civila pentru pagube produse tertilor prin accidente de autovehicule, excedent peste limitele raspunderii la asigurarea obligatorie

d. Asigurari în constructii

1. Asigurarea de tip „toate riscurile” a lucrarilor de constructii-montaj si a raspunderii constructorului

e. Asigurari de riscuri financiare si bancare

1. Asigurarea riscului de nerambursabilitate a creditelor bancare

2. Asigurarea de nerambursabilitate a redeventelor în contractul de leasing

3. Asigurarea banilor si hârtiilor de valoare si a altor valori în safe-uri

f. Asigurari de viata

1. Asigurarea de deces si invaliditate permanenta din accidente

g. Asigurari de persoane – altele decât cele de viata

1. Asigurarea de accidente a persoanelor (angajati, studenti, elevi, persoane neangajate) pentru deces si invaliditate permanenta

2. Asigurarea de sanatate pentru calatorii în strainatate

3. Asigurarea turistilor

4. Asigurarea complexa a managerilor pentru accidente, incapacitate temporara de munca, boala profesionala si raspundere civila

h. Asigurari maritime, de aviatie si de transport

1. Asigurarea bunurilor pe timpul transportului – CARGO

2. Asigurarea de raspundere a transportului în calitate de caraus pentru marfurile transportate în trafic international – CMR

3. Asigurarea de raspundere a transportului în calitate de caraus pentru marfurile transportate cu autovehicule numai pe teritoriul României

4. Asigurarea CASCO si raspundere civila a aeronavelor, a navelor maritime, fluviale si asigurarea santierelor navale

i. Asigurari agricole

1. Asigurarea culturilor agricole

2. Asigurarea animalelor

• *Sunt asigurat în toate situatiile daca am achizitionat o polita de tip toate riscurile?*

• *La ce valoare pot sa-mi asigur masina?*

• *La ce valoare pot sa-mi asigur locuinta si bunurile?*

• *Cum pot sa-mi procur o asigurare ieftina si buna?*

• *Cum procedez daca am un accident de circulatie si este vina mea?*

• *Cum procedez daca am un accident de circulatie si este vina celui alt conducator auto iar eu nu am asigurare casco?*

• *Cum procedez daca am un accident de circulatie si este vina celui alt conducator auto iar eu am asigurare casco?*

Site-ul nu se opreste doar la a pune întrebări, el ofera raspunsuri pertinente la acestea si, mai mult, ofera posibilitatea încheierii on-line a asigurării auto de raspundere civila fata de terti (RCA).

Considerând ca este util cititorilor acestei reviste, vom detalia puțin mecanismul de realizare a acestei tranzacții on-line.

- *Completarea chestionarului* – completarea chestionarului nu înseamnă obligativitatea de a cumpara, ea ajutând la identificarea nevoii de asigurare;
- *Oferta de asigurare* – după trimiterea chestionarului se primește oferta de asigurare;
- *Acceptarea ofertei* – dacă oferta este pe placul potențialului asigurat, acestuia nu îi rămâne decât să apese pe butonul care îi va permite acceptarea sa;
- *Livrarea și plata politei* – curierul firmei de asigurări duce polita clientului iar acesta efectuează plata la momentul primirii politei (sistemul clasic de efectuare a tranzacției).

Ce ar putea avea în comun toate acestea? Tehnologia informației și comunicăției: prelucrarea automată a datelor, asistența on-line, afaceri rapide, sigure și eficiente. Și dacă tehnologia informațională și comunicățională s-a întreprins deja cu lumea asigurărilor, nu ne rămâne decât să sperăm că momentul în care TIC va fi parte integrantă a vieții noastre este din ce în ce mai apropiat.

Bibliografie

1. www.1asig.ro
2. www.asigurari-online.ro
3. www.hti.ro
4. www.port4.com