

Por Sidney Dias (*)

O ano de 2021 foi marcado pela introdução de regras que facilitam a criação e a oferta de produtos de seguros adequados às novas necessidades percebidas. E as seguradoras precisam efetuar mudanças em seus portfólios, ainda que pequenas. Por exemplo, os seguros de automóveis precisam ser adaptados às novas regras até 28 de fevereiro deste ano.

Embora as adaptações para conformidade regulatória sejam relativamente simples, postergar os estudos e as ofertas de novos produtos pode ser uma escolha de alto risco: um concorrente pode chegar primeiro ao mercado com um produto inovador, reduzindo o espaço para quem caminhou mais devagar.

A maneira tradicional seguida (ainda) pela maioria das seguradoras no desenvolvimento e oferta de novos produtos resulta em tempos elevados para sua chegada ao mercado. Esse processo, embora bem conhecido, tem desafios que precisam de novas abordagens para serem superados. Isso ocorre porque a sua execução envolve muitas áreas de negócio das companhias, demandando a participação de equipes que possuem diferentes agendas e metas. Conseguir alinhamento rápido de visões e de prioridades entre as áreas comercial, técnica, operacional e TI, por exemplo, é quase missão impossível em muitas empresas.

Em lugar de aguardarem para fazer profundas substituições de produtos, as seguradoras podem investir na transformação gradativa das suas soluções de seguros, já incorporando características que garantam vantagem competitiva e posicionamento diferenciado em relação à concorrência. Para lidar com as dificuldades do processo e reduzir o tempo de chegada ao mercado, uma tendência é a utilização de abordagens e métodos ágeis. Por exemplo, estruturando equipes multifuncionais, compostas por atuários, especialistas em marketing e em jornada do cliente, cientista de dados e desenvolvedores de software.

Os novos produtos irão desafiar os corretores de seguros e suas equipes. Com as mudanças nas carteiras de produtos, há necessidade de se revisar os escopos das coberturas ofertadas pelas diferentes seguradoras, os riscos excluídos e outras condições para contratação. Aqui, mais do que nunca, é necessário investir em treinamento e capacitação – tanto do corretor quanto dos seus colaboradores.

(*) **Sidney Dias** é diretor da Conhecer Seguros, mestre e doutor em Informática. Graduado em Administração Pública, é professor em cursos de graduação e pós-graduação e membro de instituições internacionais, como a IEEE/Computer Society, da Association for Computing Machinery (ACM), da Information Systems Audit and Control Association (ISACA) e da International Coach Federation (ICF). É, também, corretor de seguros habilitado em todos os ramos.

Fonte: Conhecer Seguros, em 26.01.2022