

Assista à cobertura do 2º Webinar CNseg: "Pandemia e o Mercado de Seguros no Mundo"

O setor de seguros será muito afetado pelas consequências da pandemia do novo coronavírus neste ano de 2020, e também em 2021, mas as perspectivas são de gradual retomada, com o fortalecimento de sua credibilidade e de suas condições de atendimento à população. O desempenho resiliente das seguradoras brasileiras nada fica a dever ao de outros países, mostrando o alto padrão de eficiência que alcançaram, ao colocar rapidamente a imensa maioria de funcionários em regime de home office, com assistência remota e tecnologia para manter o atendimento a todos os clientes. O futuro ainda guarda muitas incógnitas, mas uma coisa é certa: todos sairão mais digitais, criativos e com produtos desenvolvidos para atender a antigas e novas demandas dos consumidores na era pós-COVID-19.

Essas foram as principais mensagens transmitidas durante o webinar "Pandemia e o Mercado de Seguros no Mundo", realizado pela Confederação Nacional das Seguradoras (CNseg). Participaram, coordenando o debate, o Presidente da CNseg, Marcio Coriolano, e os CEOs de três grandes seguradoras multinacionais: Edson Franco, da Zurich Minas Brasil Seguros; José Ferrara, da Tokio Marine Seguradora e Luis Gutiérrez, da Mapfre Seguros. Os quatro executivos integram o Conselho Diretor da CNseg.

"O nosso setor segurador será duramente afetado por esta crise epidemiológica e econômica. Assim como os mercados de seguros do mundo todo. O ponto de partida aqui do nosso webinar é exatamente mostrar que os seguros não são uma 'jabuticaba' brasileira. Ao contrário, os fundamentos são os mesmos, globalmente. E todos os países estão sendo afetados da mesma maneira, defendendo os mesmos conceitos e buscando soluções semelhantes. O que varia é a estrutura e funcionamento e o grau de maturidade dos seguros em cada país." Essa foi a síntese da abertura de Marcio Coriolano no encontro que contou com a participação remota de mais de 1.100 pessoas.

A ideia dos debatedores foi trazer aos mais de mil participantes sobre como outros países estão lidando com a situação. "Os fundamentos do setor de seguros são universais e isso é importante para que possamos observar e trocar experiências para enfrentar essa ameaça mundial absolutamente imprevista", afirmou Coriolano.

A Global Federation of Insurance Associations (GFIA), uma organização mundial que reúne as seguradoras, foi citada pelo Presidente da CNseg pela publicação de uma declaração na qual afirma que a indústria de seguros global a principal força estabilizadora que o mundo tem hoje, ao repor financeiramente perdas seguradas. O órgão multinacional também reforçou que em face à pandemia, todos os seguradores implementaram planos de continuidade de negócios, que incluem cuidar dos funcionários, colocando todos em teletrabalho; garantir atendimento aos clientes e flexibilizar indenizações nos seguros de vida, mesmo com exclusão de pandemias; até disponibilizar um elevado volume financeiro para doações dedicadas a ajudar a conter a COVID-19.

Marcio Coriolano também comentou que a GFIA admite flexibilização de coberturas, mas sem abrir mão do fundamento universal das exclusões de pandemias, sem o que as representadas poderiam simplesmente falir. Aproveitou para citar o posicionamento da Association of British Insurance (ABI), a CNseg britânica, que reforça a urgência de defesa da solvência dos mercados. "A ABI esclarece que nenhum país é capaz de oferecer cobertura total para todo mundo e que o envolvimento dos governos neste momento tem de ser ativo, como temos observado aqui com o executivo federal garantindo liquidez para os mercados, renda para os pobres e empréstimos para a recuperação de empresas. Com o nosso setor não pode ser diferente", esclareceu.

A primeira lição que fica, segundo Edson Franco, da Zurich, é que não é hora de negacionismo ou minimização do problema. "O momento é de uma crise sem precedentes. As consequências econômicas, com recessão e desemprego recorde, afetam a todos. E todos sabemos que é uma

crise que não estará contida dentro de 2020. Vai se arrastar para 2021. Na comparação com outros países percebemos que não somos tão diferentes assim. A resposta demanda ações de governos, empresas e individuais. Nossa responsabilidade social é importante e vemos isso em todo o setor nas centenas de ações divulgadas. As empresas devem dar sim a sua contribuição e nós como indivíduos podemos contribuir de forma material, financeira e de respeito ao próximo. A história é uma ótima professora. Já o pânico, um péssimo conselheiro. "

Segundo Luis Gutiérrez, da Mapfre, nos vários mercados onde o grupo atua, seguradoras, corretores e prestadores de serviços dão uma resposta muito positiva desde o início da crise. "Ninguém estava pronto para uma situação que afeta todos os países e todos os setores econômicos. Os governos divulgam medidas financeiras para apoiar a sociedade. Na Espanha sofremos muito com tantas mortes e por isso sentimos a obrigação de flexibilizar o pagamento do seguro de vida, mesmo com a exclusão nas apólices. Todos adotam flexibilizações. O Brasil está sofrendo os mesmos efeitos e adota as mesmas ações de outros países."

José Ferrara resumiu a atuação do grupo Tokio, que atua em 46 países do mundo. "Todos os países asiáticos estão fechados, com exceção da China que retoma as atividades desde meados de abril, mas mesmo assim preserva os grupos de riscos. Todos atuam com horário flexível para garantir o distanciamento social de dois metros entre as pessoas". Ele contou também que a matriz da empresa anunciou dia 4 de maio um fundo mundial para ajudar todos os países onde a Tokio Marine tem presença. O volume de ajuda que o grupo local tiver possibilidade de oferecer à sociedade, a matriz colocará 50% mais. "Tenho certeza de que é um bom funding para todos os países em que opera."

Sobre a inserção do País no contexto internacional, Ferrara foi enfático: "No Brasil, a indústria securitária não deve nada para a indústria bancária. Todos nós conseguimos colocar todos os funcionários em home office. Tudo funcionando bem. Não só as seguradoras. Os corretores também conseguem operar em home office com as ferramentas que as seguradoras colocaram à disposição deles. Uma mudança de comportamento. Se os corretores pensavam que a tecnologia iria substituí-los agora eles sabem que veio mesmo foi para ajudar todos nós a vendermos mais."

De acordo com os estudos locais e internacionais, o seguro não vive se não houver previsibilidade. "Todos os países visam preservar as cláusulas, a despeito de soluções flexíveis que têm sido adotadas como foi no seguro de vida. Nenhum país pode sair rasgando contratos, pois isso pode afetar a solvência das empresas", voltou a afirmar Marcio Coriolano.

Todos foram unânimes em lembrar que em menos de uma semana o setor de seguros estava operando em home office, sem qualquer prejuízo para funcionários e consumidores. Isso demonstra o quão preparada a indústria de seguros está.

Essas primeiras abordagens, foram sucedidas de questões endereçadas aos convidados por Marcio Coriolano, que agrupou os temas mais frequentemente colocados pelo público para as perspectivas pós-COVID: o crescimento do mercado, o novo consumidor, os novos produtos e o papel do corretor de seguros.

Qual será o crescimento de mercado?

Eis a pergunta mais frequente no webinar. José Ferrara espera uma queda entre 5% e 10% nas vendas da companhia em 2020, com retomada significativa já em 2021. "Em automóvel há uma queda natural por conta das vendas de carros novas, com recuo de 70% segundo dados da indústria automobilística. O que se vende neste ano são caminhões, tratores e equipamentos agrícolas. Mas todos sabem que o mercado de veículos leves tem tudo para se recuperar. Com certeza, o Brasil vai ser a bola da vez, e sair de 6% para 12% na penetração de seguros no PIB", afirmou.

Luis Gutiérrez afirmou ser muito difícil saber. "Vai depender do impacto do confinamento. Qual vai ser a evolução do seguro do jeito que conhecemos? Quais as oportunidades de um mercado

emergente, levando-se em consideração que há um grande núcleo da população que não tem acesso. O brasileiro está mais disposto a escutar sobre seguro. Mas tem de ter uma oferta ativa. Venda consultiva, que análise as necessidades do cliente e não ofereça o produto que tem pronto. É preciso questionar: o consumidor precisa disso? Escutemos os clientes para saber quais são as suas demandas. Temos de pensar que o mundo está mudando. E precisamos mudar junto para crescer”.

Edson Franco também afirmou ser muito difícil saber qual será o percentual de queda nas vendas em 2020. "Não sabemos a extensão, a duração da quarentena, ou se teremos agravamento de lockdown. Naturalmente, hoje todos nós estamos fazendo as nossas projeções e dependendo do mix de cada seguradora o impacto será diferente. O efeito em resultado acaba sendo amortecido, mas tende a durar mais tempo. Nos cabe ser realistas no planejamento e otimistas na execução. Vamos nos planejar para diferentes cenários”.

Marcio Coriolano lembrou que no ano passado o setor avançou 12,2% em termos nominais, o que significa e 8,7% em termos reais. “A maioria dos setores econômicos não conseguiu isso”, ressaltou. Em fevereiro deste ano, na análise de doze meses, o setor cresceu 12,7%. “É certo que a partir do segundo semestre veremos uma outra tendência. Mas o setor vai ter o benefício do carregamento de contratos feitos no ano passado, o que vai nos ajudar a ter um bom desempenho no primeiro semestre. Mas o segundo semestre é a grande incógnita, pois ainda não sabemos o tamanho da queda da produção, emprego e renda, que são os combustíveis dos seguros, nem quanto tempo vai durar o distanciamento”, comentou.

Como será esse novo consumidor?

Todos se perguntam que mudanças de comportamento dos consumidores vão ser permanentes. “Demos um salto de digitalização. Vemos um Congresso Nacional e um Supremo Tribunal Federal tomando suas decisões por meio de videoconferência. Houve uma quebra de paradigmas. Isso vai nos levar a uma sociedade sem dinheiro em papel? As empresas vão usar menos metros quadrados para seus escritórios uma vez que o trabalho remoto é realidade? As pessoas vão preferir comprar produtos no e-commerce do que sair para ir passear nas lojas? Todos vão reinventar negócios ou voltarão aos hábitos antes da pandemia? Essas são respostas que ainda não temos. Mas sabemos que temos de nos preparar para sermos mais competitivos”, disse Franco.

Quais os principais produtos demandados por este consumidor?

Esta resposta ainda também é incerta, mas o que se sabe, pelas pesquisas já divulgadas, é que seguros de vida e de saúde seguirão na lista de desejos. Certamente também haverá demanda para os riscos excluídos. Todos os participantes afirmaram que há muitas oportunidades em termos de produtos, uma vez que a pandemia expôs à sociedade que o mundo tem muitos riscos. Os conhecidos, como danos causados pela natureza, e os desconhecidos como ataques cibernéticos e pandemias. “Temos de juntos discutir novos produtos para atender riscos graves, uma demanda que já vinha antes da pandemia. E agora com pandemia, quais produtos podemos ofertar. Devemos pensar nisso já”, disse Ferrara. Gutiérrez acrescentou: “Temos de agir. Colocar em prática esses produtos que serão demandados. E ninguém melhor do que o corretor para nos trazer quais são esses riscos que seus clientes estão preocupados ou expostos”.

Qual o papel do corretor, se realmente houver um novo mundo?

Digitalização não é desintermediação, afirmou Franco. Só quem está no dia a dia, ao lado do cliente para saber quais os riscos mais os aflige. “O que temos é uma venda mais consultiva. O corretor é um consultor de riscos para seus clientes. Essa é a mudança. E a ferramenta tecnológica é fundamental neste cenário”, disse Franco. Nenhum dos participantes do debate acredita na desintermediação e sim na profissionalização e num processo mais digital.

Gutiérrez acrescentou: “Chega de pensar e falar, vamos fazer. Somos capazes de fazer juntos. Não existe um mercado para seguradoras, para corretoras. Dependemos todos uns dos outros. Temos

de agir. Colocar em prática produtos que serão demandados. E ninguém melhor do que o corretor para nos trazer quais são esses riscos que seus clientes estão preocupados ou expostos. Temos de estar em todas as frentes que os consumidores exigirem, seja analógica ou digital. Juntos estamos construindo um setor cada dia melhor".

Marcio Coriolano encerrou o debate, que se estendeu por quase 1 hora e 15 minutos dado a importância do tema e das perguntas. Ao agradecer aos convidados e público que assistiu, emendou: "Sou um apaixonado pelo mercado de seguros. Tenho confiança de estar num setor que continua sendo construído com dedicação e competência. Tenho muito orgulho do nível de qualificação que o setor chegou nos dias de hoje. Entrou nesta crise já tendo enfrentado a recessão recente e sabendo que o 'mimimi' acabou. O consumidor está empoderado e mais consciente de sua posição privilegiada no mercado, e os corretores estão fortalecidos pela sua luta e ação dos últimos anos para enfrentar este novo cenário desafiador".

[Assista aqui à íntegra do webinar.](#)

Fonte: CNseg, em 07.05.2020