

A COVID-19 mudou o mundo em questão de semanas. Conforme os meses passam, o foco das seguradoras se volta para o período pós-quarentena. Quando os governos iniciarem a flexibilização das restrições, o setor terá que preparar as companhias para a retomada das operações neste cenário de "novo normal". Isso engloba determinar os impactos provocados pela pandemia nos médio e longo prazos e repensar as estratégias.

A resposta a estas questões exigirá análises e dependerá da própria natureza das seguradoras. A PwC identificou alguns pontos considerados prioritários e que podem ajudar o setor de seguros a emergir da crise mais forte do que antes, independentemente da linha de negócios oferecida aos clientes.

A pandemia aumentou a urgência destas ações como forma de manter a competitividade e a relevância no mercado. "A COVID-19 antecipou o futuro. Os planos que estavam previstos para daqui a cinco anos, foram antecipados para agora. Todo o mercado teve que se adaptar e não foi diferente com as seguradoras", diz Carlos Matta, sócio da PwC Brasil e líder do setor de seguros.

São elas:

**1) Realinhar a estrutura de custos e focar na produtividade** - Desde a crise global de 2008, a maioria das seguradoras buscou reduzir custos, embora nem sempre com resultados positivos. Com a crise da COVID-19, o foco deve ser a eficiência e a produtividade. Para isso, é necessário pensar a médio e longo prazo, certificando que eventuais economias de curto prazo - como reduzir gastos ou interromper investimentos - não prejudiquem a capacidade de se operar e grande escala no futuro.

**2) Impulsionar a transformação digital de forma a criar uma seguradora altamente digital** - Embora a maior parte das seguradoras já tenha iniciado um processo de transformação digital, as operações na indústria vêm sendo ainda guiadas por um excesso de processos e pessoas, fluxo de trabalhos manuais, tecnologia fragmentada e dificuldades em aproveitar ao máximo as informações disponíveis (BIG Data). A criação e implantação de uma agenda digital tornará a seguradora mais ágil e adaptada aos novos tempos como foco relevante na experiência dos clientes de forma superior - com vendas ativadas digitalmente, envolvimento *online real time* com o consumidor e mais agilidade e satisfação dos segurados na resolução de sinistros.

**3) Criar novos fluxos de receita** - Após a pandemia, é provável que o cenário seja de competição por uma parcela maior em um mercado eventualmente reduzido e altamente competitivo, bem como carteiras menores de consumidores e empresas. Com isso, encontrar novas oportunidades de gerar receita torna-se crucial para crescimento. Um caminho é pensar em produtos e serviços que reflitam as necessidades que vêm se desenhando hoje. Alguns exemplos: seguro baseado em uso, maior proteção contra perda laboral, riscos financeiros, além de segurança cibernética para exercer o trabalho remoto inevitável e que será aplicado daqui para frente de forma relevante.

**4) Preparar sua força de trabalho para o novo mundo** - A quarentena forçada pela COVID-19 obrigou as empresas a reavaliarem seus processos e formas de trabalhar. Em quaisquer dos cenários do "novo normal", é necessário garantir que os profissionais tenham as habilidades adequadas e vontade de abraçar as mudanças do mundo digital. O isolamento demonstrou que as empresas que já contavam com um processo de transformação digital em desenvolvimento saíram em vantagem em meio à crise. Assim, é necessário pensar não apenas num possível aprimoramento, mas sim em um processo complexo e holístico de *upskilling* digital, promovendo o desenvolvimento de habilidades e competências voltadas para o trabalho e o investimento em um ambiente de aprendizagem constante. Esta iniciativa exige comprometimento significativo por parte de todas as áreas envolvidas - a começar pelas lideranças das companhias.

**5) Reforçar a eficiência do capital e da marca** - Após as tensões imediatas de capital e liquidez

provocadas pela crise, será importante manter o foco na gestão do impacto do gerenciamento de capital de longo prazo (com taxas de juro mais baixas), custo de hedge mais elevados, maior volatilidade e inadimplência do mercado e eventual aumento das taxas de impostos.

"Com a perspectiva de uma recessão global, a possível recuperação da economia se torna mais difícil e as perspectivas de crescimento são menores. Com a pandemia, é essencial atuar de forma rápida, correta e humanitária, demonstrando agilidade, empatia e habilidade em resolver as questões se colocando no lugar do outro, a fim de atrair novos clientes e fidelizar os antigos. Nesse novo mundo, um serviço lento, burocrático e impessoal não terá lugar", conclui Carlos Matta.

**Fonte:** CDI, em 18.05.2020