



TENDÊNCIAS PARA O **NOVO NORMAL**

TENDÊNCIAS PARA O **NOVO NORMAL**

TENDÊNCIAS PARA O **NOVO NORMAL**

César Saut

QUEM SOMOS ?

UMA EMPRESA DE
2 MIL COLABORADORES

R\$ 17,7
bilhões de **arrecadação***
em 2019

7
milhões de clientes
pessoas físicas

6
mil de clientes
pessoas jurídicas

*Fontes: Icatu Seguros Data Base 2019.

*Arrecadação: Vida (Prêmio Retido), Previdência (Contribuições + Aportes + Portabilidades de Entrada) e Capitalização (Títulos Emitidos e mensalidades).

**SEGURO DE VIDA,
PREVIDÊNCIA E
CAPITALIZAÇÃO**

**CAPITAL 100%
NACIONAL**

**ACIONISTAS:
DESDE 1935.
JUNTO COM O
BRASIL EM
TODOS OS
MOMENTOS**



OPERAÇÕES QUE FIZEMOS INVESTIMENTOS NOS ÚLTIMOS 3 ANOS

Estruturação de JV
com o Banrisul.



Aquisição das **carteiras
de Capitalização** da
Cardif e da SulAmérica.



CARDIF

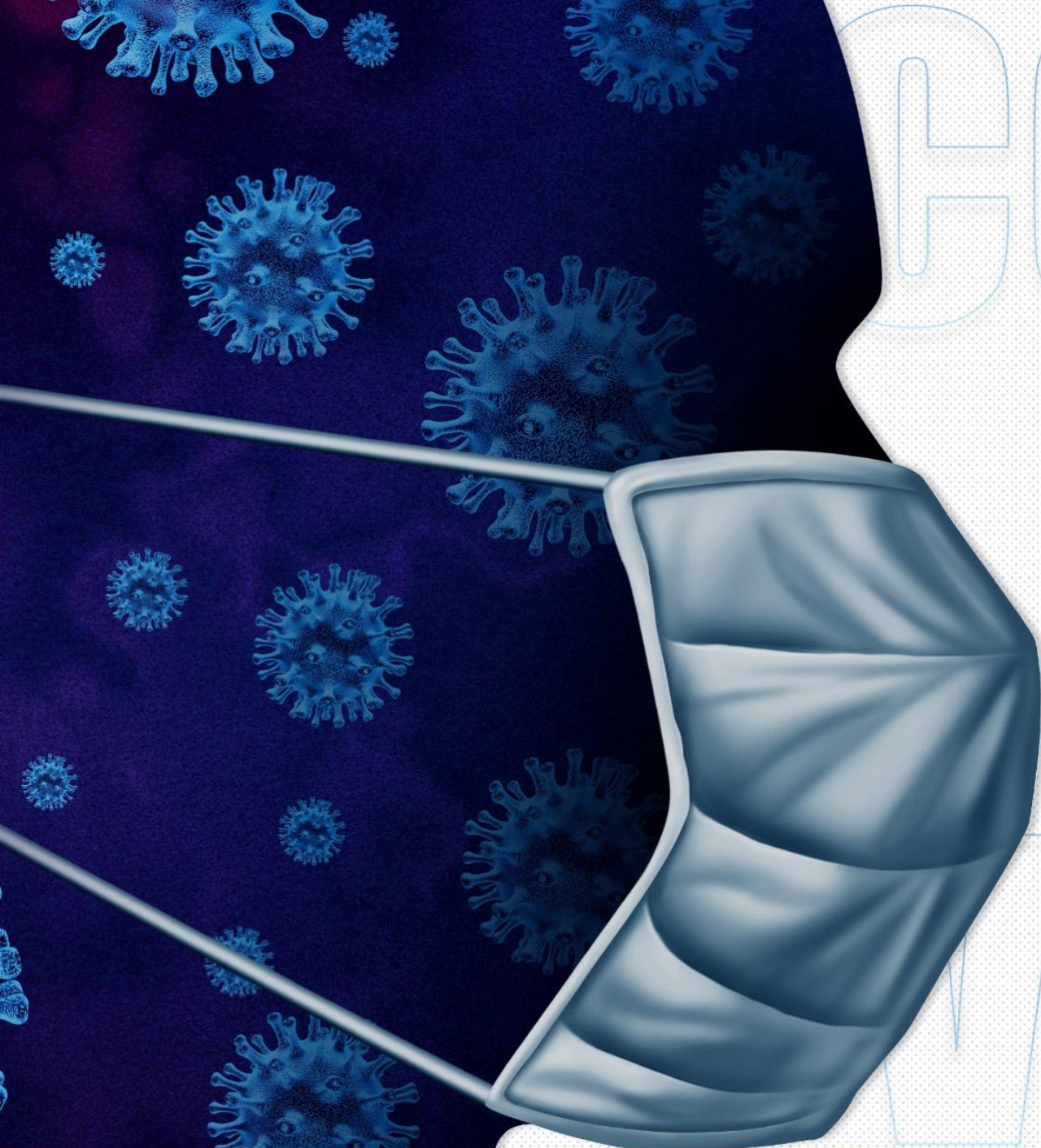


Aumento da
participação societária
na Caixa Cap.



Aquisição do direito para
distribuição de **Seguro de Vida
e Previdência** do Banco do
Nordeste.





COVID-19



O QUE ESSE METEORO TÊM
PROVOCADO EM NÓS E
NOS ENsinADO ?

VÍRUS

DIFERENTE ENTE



ESSA CRISE É
DIFERENTE DE TODAS AS
OUTRAS DA HISTÓRIA

Análise realizada por Victoria Werneck, economista- chefe da Icatu,
em live no canal do Youtube da Icatu Seguros, no dia 28 de maio.





VOLATILIDADE



INCERTEZAS

O MUNDO É

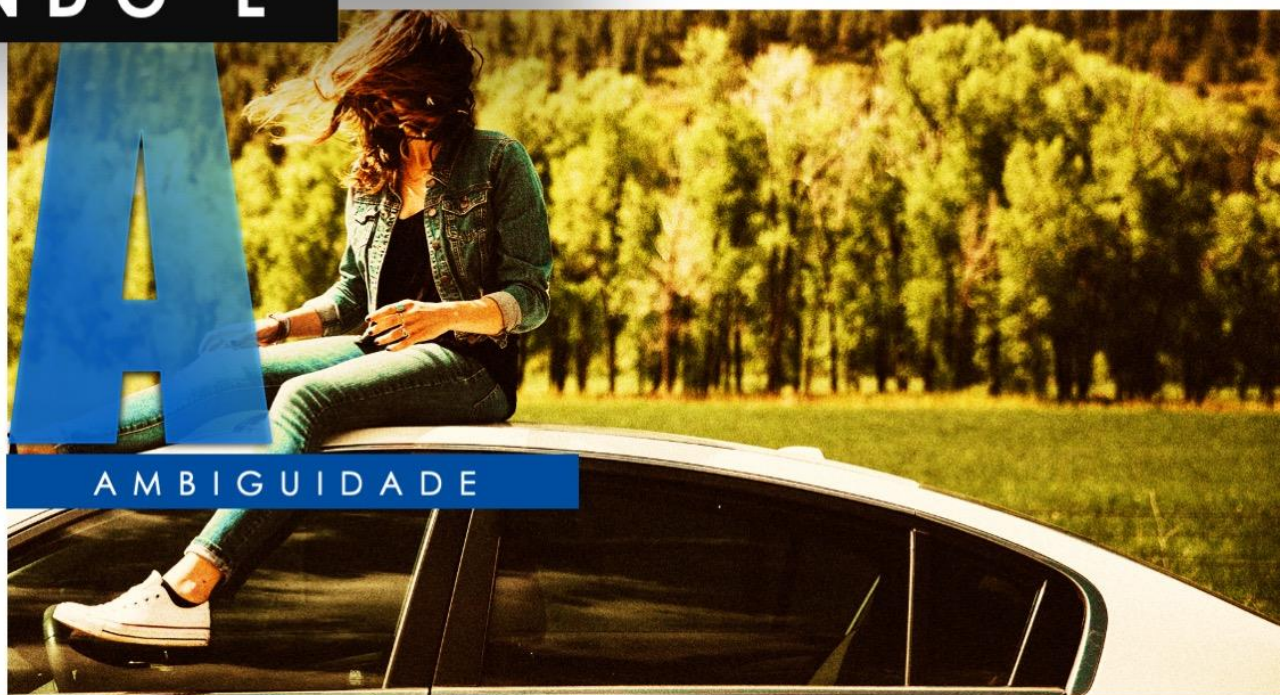


CA

COMPLEXIDADE

THE UNIVERSITY OF CHICAGO

PROF GREGORY BUNCH



CA

AMBIGUIDADE



Quando eu era criança, o desastre que mais temíamos **era uma guerra nuclear**. Hoje, **o maior risco de catástrofe global não se parece com uma bomba, mas sim com um vírus**. Investimos muito em armas nucleares, mas bem pouco em um sistema para barrar uma **epidemia**. Não estamos preparados. Atualmente, **o maior risco** de uma catástrofe global está em um **vírus altamente infeccioso**, não uma guerra. Se algo matar 10 milhões de pessoas nas próximas décadas, serão micróbios, não mísseis"

B I L L G A T E S

2020

A projeção é que o **PIB caia até 8%** este ano e que a **Selic seja reduzida até 2%**, no segundo trimestre, ou seja, neste que estamos passando. O pior do ano.

2021

Porém já há projeção **de crescimento de 3%** do PIB, indicando uma **retomada lenta da economia**, o que já é um indicador positivo.

ECONOMIA

Análise realizada por Victoria Werneck, economista-chefe da Icatu, em live no canal do Youtube da Icatu Seguros, no dia 28 de maio.

230757968
591505301
055926095
043530709
730425952
991805570
316004413
162693273
067827294
622727605
415595074
024507252
334695413
482714421
042597823
043393490
813950264
129220622
502529579

DATA : SECTOR 0010
ANALYSIS PROCESSING NODE



90164 18254
64799 97487
86056 19357
58192 83950
97055 08268

DATA ANALYSIS 38488 67480 76 048 10565 05708 68 818 67083 44674 50 675 94576 98506 78 737 47883 75873 31 015 74888 57087 78 605 37813 96574 21 135 64890 95377 77 444 38808 95854 01 024



Das Analysis

0989 82913 58 4111 8873 81021 88 3518

80%

pessimista ou inseguro com
relação à economia

40%

medo de perder
o emprego

IMPACTOS

CONSUMO E MERCADO DE TRABALHO

50%

renda reduzida

70%

cortando gastos





MAIS DIGITAL



A Icatu já vinha se preparando há muito tempo para uma realidade **mais digital**

De uma hora para outra precisamos **acelerar ou antecipar investimentos** que “já eram previstos de serem feitos”.
Necessitamos nos adaptar.



Desaprenda

Cassio Grinberg

DESAPRENDER

VIROU **OBRIGATÓRIO**

empresa

consumidor

APRENDER

REAPRENDER



EMPRESA

Colocamos quase **2.000 funcionários** em **home office**, mantendo **produtividade** e a **qualidade** dos serviços

Criamos não um, mas **vários Comitês de crise**

Gestão ainda mais **rigorosa** do **fluxo de caixa**

CLIENTE

Passamos a fazer **lives**

Evoluímos **nos Canais Digitais de autoatendimento**

Monitoramento ainda maior da **qualidade de todos os contatos**

CORRETORES E PARCEIROS

Criamos **pacotes de apoio aos distribuidores**. Financeiro, processo e até de produtos

Evoluímos nos **Canais Digitais** de **autoatendimento, treinamentos EAD, soluções em vendas online**

IMPACTOS DA COVID-19 NA ICATU



SOCIEDADE

Monitoramento das **indenizações decorrente do covid-19** e manutenção do pagamento das indenizações com **maior agilidade e transparência possível**, entendendo que o cliente está ainda mais sensibilizado

A young boy with short dark hair is shown in profile, looking upwards and to the right. He has yellow and green face paint on his cheek, resembling the colors of the Brazilian flag. He is wearing a yellow shirt with a green collar. The background is dark with a blue and green gradient on the left side.

ALGUMAS CARACTERÍSTICAS QUE VÃO AJUDAR O

BRASIL A SE RECUPERAR

DE UMA CRISE DESSA MAGNITUDE



UM BRASIL SÓ

TODOS JUNTOS

Maior **solidariedade** e **união nacional** para reestabelecermos a normalidade, não só **econômica**, mas até **emocional**



PROPÓSITO EFETIVO

Isto passará por **uma série de coisas**, inclusive pela **valorização de empresas, produtos e serviços** que tenham **propósito efetivo** e que **agreguem valor à sociedade**.

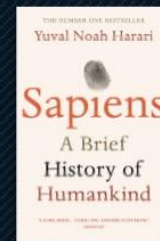
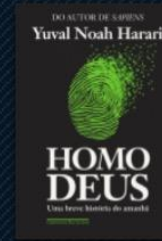
principalmente os produtos e empresas **nacionais**





Na batalha contra o coronavírus, a humanidade **carece de líderes**.
O antídoto contra a pandemia não é a segregação e sim a **cooperação.**”

YUVAL HARARI
AUTOR DE DIVERSOS BEST SELLERS



MUDANÇA DE COMPORTAMENTO

Serão substanciais e parte delas vai **permanecer pós COVID**. Por exemplo, o fluxo de pessoas nas agências bancárias vai diminuir!



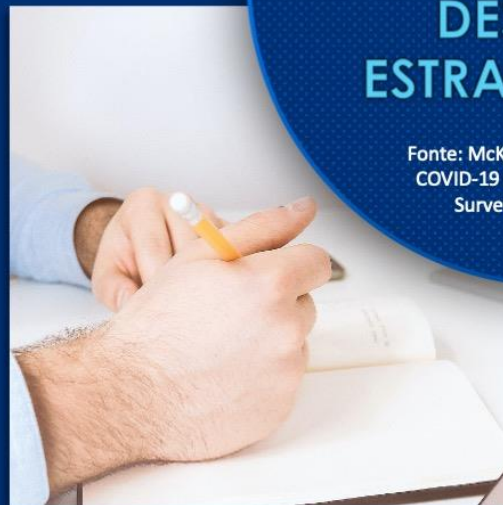
DIGITAL ANALYTICS

Vão **encabeçar as transformações**, não só por questão de **minimizar custos**, mas também porque o mundo é **VICA** então o que era imprevisível ontem, passou a ser improvável, mas **possível de acontecer hoje ou, quem sabe, amanhã!**

4

DESAFIOS ESTRATÉGICOS

Fonte: McKinsey & Company M&S
COVID-19 Brazil Consumer Pulse
Survey 04/23 - 26/2020



AGIR AGORA

As empresas **resilientes** (receita e custo) criam vantagens duradouras. A **gestão do caixa** passará a ser mais eficiente!

PROPOSTA DE VALOR

Mais do que antes, marcas devem ter **clareza** de suas promessas e propostas de valor e precisam agir de acordo com elas!

Por que seu produto e a sua empresa existem?

Nós, Icatu ou seguradora de pessoas, de vida e de previdência, somos agentes de **estabilização econômica** e nossa missão é, cada vez mais,

PROTEGER FAMILÍAS

DE TODO O BRASIL



FU
TU
RO



PROTEGER E POUPAR

Maior consciência da população sobre a **importância de proteger e poupar**, cuidar da sua renda, da sua vida e da sua família. Ao mesmo tempo o consumidor será mais exigente.

COLETIVO

Consciência do coletivo: **as minhas ações impactam** diretamente meus **vizinhos**, minha **família** e a **sociedade**. Forte senso de comunidade e cooperação.

LUCIDEZ

Demanda por **seguro de vida e previdência**: Lucidez vai vencer a ignorância e o desconhecimento.



No **passado**, os empregos dependiam dos **músculos**, **agora** dependem do **cérebro**, mas no **futuro** eles vão depender do **coração**”

MINOUCHE SHIFUK

DIRETORA DA LONDON SCHOOL OF ECONOMICS





Nossa forma de enfrentar o hoje...

é avaliando insistentemente a proposta de valor de nosso produto e de nossos serviços, **respeitando** as **pessoas**, a **família** e a **sociedade**, respondendo o tempo todo as perguntas mais difíceis de se responder, que são:

- / Nós temos o melhor produto para o consumidor?
- / Entregamos o melhor serviço?
- / Respeitamos como queremos ser respeitados?

Cada vez que a resposta é sim

podemos entender que estamos **adaptados ao novo normal**, que não se estabelece por causa do Covid e sim porque, independente do motivo, a cada dia que passa a **sociedade evolui** e o **consumidor muda a sua exigência** e estabelece um novo marco regulatório, tornando o que se considerava desejável, "imprescindível".

Por mais que o mundo seja cada dia mais digital, **pessoas criam mercado e produtos**.
O ser humano sempre vai estar no centro do desenvolvimento do amanhã.

Obrigado!

Icatu