



COMO O CONSUMIDOR ENXERGA O MERCADO DE SEGUROS?



VEJA TAMBÉM:

18º Conec bate recorde de público
FenaSaúde quer mudanças na saúde suplementar

SEU CLIENTE SOMA UM APORTE

SUBTRAI DO I.R. E MULTIPLICA O INVESTIMENTO. BOM DEMAIS DA CONTA!



A conta para o seu cliente ter um futuro ainda melhor é fácil: basta que ele invista uma parte do **13º em um aporte no plano SulAmérica Previdência**. Ele tem incentivo fiscal de até 12% no I.R.¹ e você também ganha:

- +** Uma das maiores comissões do mercado. **Consulte seu Gestor Comercial SulAmérica.**
- x** **Condições especiais para 4 fundos²:** valores iniciais reduzidos para a entrada de novos clientes, facilitando as suas vendas e aumentando os seus ganhos.

Confira os regulamentos com o seu Gestor Comercial SulAmérica ou acesse: portaldocorretor.com.br

Incentive o aporte no SulAmérica Previdência.
No fim das contas, o benefício é seu e de seu cliente.

A vida é imprevisível
e, acredite, isso é muito bom.



[1] Benefícios exclusivos para planos PGBL. Somente terão direito à isenção fiscal de até 12% da renda bruta anual no Itr, aqueles que forem contribuintes dos Sistemas Públicos de Previdência, à exceção dos aposentados e pensionistas. Lei nº 10.887, de 18/6/2004. [2] Confira as condições de participação e regulamento da campanha com a Equipe Comercial SulAmérica ou acesse http://sulamericaweb.com.br/aportepremiado/Regulamento_Condicao_Especial_2018.pdf. Período da campanha de 10/11/2017 a 31/12/2018. Este impresso contém informações resumidas. A aprovação do plano pela SUSEP não implica, por parte da autarquia, incentivo ou recomendação à sua comercialização. Fundos de investimentos não contam com garantia do administrador do fundo, do gestor da carteira, de qualquer mecanismo de seguro ou do FGC (Fundo Garantidor de Créditos). Rentabilidade passada não é garantia de rentabilidade futura. SulAmérica Seguros de Pessoas e Previdência SA, CNPJ 01704513/0001-46. Recomendamos a leitura cuidadosa do prospecto, dos regulamentos dos planos e dos fundos antes da aquisição dos produtos. Processos SUSEP SulAmérica Prestige PGBL: 15414.900544/2018-16 e VGBL: 15414.900546/2018-13. | SulAmérica Previdência PGBL: 15414.900552/2013-58 e VGBL: 15414.900545/2013-91. | SulAmérica Educaprevi PGBL: 15414.900550/2013-69 e VGBL: 15414.900553/2013-01. Central de Serviços: 4004-4935 (Capitais e Regiões Metropolitanas) ou 0800-726-4935 (Demais Localidades) SAC (Serviço de Atendimento ao Consumidor) 0800-722-0504 ou 0800-702-2242 (exclusivo para portadores de necessidades especiais auditivas e de fala) Ouvidoria: 0800-725-3374. Site: www.sulamerica.com.br



Ano XIX | Edição Nº 194 | Mensal
www.revistasegurototal.com.br

Av. Prof. Alfonso Bovero, 562
São Paulo - SP, 01254-000
Telefone: (11) 3884-5966 / 2507-8798

Editor

José Francisco Filho - MTb 33.063
francisco@revistasegurototal.com.br

Diretor Comercial

José Francisco Filho
francisco@revistasegurototal.com.br

Jornalista

Sueli dos Santos - MTb 25.034
redacao@revistasegurototal.com.br

Redação

Vitor Guerra
sergio@revistasegurototal.com.br

Diagramação

Cleber F. Francisco
cleber.fabiano@gmail.com

Webdesigner

André Takeda
takeda@revistasegurototal.com.br

Executiva de Contas

Fernanda de O. e Oliveira
fernanda@revistasegurototal.com.br



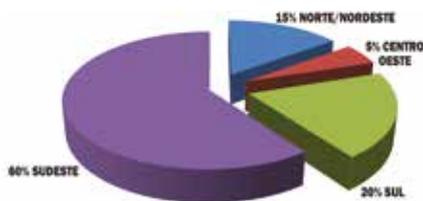
Portal Revista Seguro Total
www.revistasegurototal.com.br



facebook.com/revistasegurototal



twitter.com/seguro_total



Os artigos assinados são de responsabilidade exclusiva dos autores, não representando, necessariamente, a opinião desta revista.

Corretor de seguros faz a diferença para o mercado

Mais uma vez os corretores de seguros mostraram sua força. A 18ª edição do Conec aconteceu em setembro e reuniu 10 mil profissionais no Expo Transamérica, em São Paulo, fazendo desse, um dos maiores eventos de seguro do mundo.

O mercado de seguros brasileiro vive um momento peculiar: em meio à crise enfrentada pelo país, o segmento é dos únicos que, apesar dos problemas, apresenta boas taxas de crescimento apresentando solidez e maturidade. Ainda assim, há muito o que fazer. O brasileiro ainda precisa entender de fato os benefícios do seguro em sua vida. Esse é um desafio que tem sido enfrentado: criar produtos acessíveis que sejam atrativos ao consumidor e, claro, conquista a confiança dele com boa prestação de serviço e atendimento.

Consumidor, aliás, que é a razão de ser do mercado. Seguro é um produto intangível e sua venda acontece na demonstração de valor e relação de confiança estabelecida entre seguradora e cliente. Relação essa que é feita com a intermediação do corretor de seguros que tem uma função importante à medida que tem o desafio de atuar como consultor mostrando aos clientes – e não clientes – a importância do seguro.

Nem o avanço da tecnologia tira do corretor de seguros a responsabilidade de oferecer cuidado às famílias. O foco está no cliente. Essa foi uma das discussões que se travou durante o 18º Conec: o consumidor mudou e é preciso atendê-lo. Mais uma vez o corretor – que está próximo das pessoas – é quem pode ajudar as companhias a criar produtos que podem ajudar na formação de poupança das famílias e, assim, gerar riquezas e contribuir para o crescimento econômico brasileiro.

Boa leitura!

sumário

Ponto de Vista • 12

Qual o primeiro ponto de vista para o corretor inovar?



14 • Capa

O que o consumidor espera do seguro que ele compra

Conec • 20

Dez mil corretores reunidos em São Paulo



28 • Empreendedorismo

A história da Kakau Seguros

4	Notícias do mercado
10	Fala, corretor!
24	Serviço
26	Premiação
27	Enconseg
34	Panorama



Uma Amil
renovada está
chegando.
E seus clientes
vão adorar
a novidade.

Estamos completando 40 anos. E, para celebrar este momento, vamos lutar para deixar tudo mais simples. Do sistema de saúde ao nosso portfólio de produtos. Agora, todos eles estão sob uma única marca. Amil One, Amil, Amil Fácil e Amil Dental. É a qualidade da Amil que você conhece e recomenda adequada ao perfil de cada cliente. Cada vez mais, vamos alavancar o sucesso de seu negócio com produtos de saúde atrativos e incentivos que o motivarão a manter parcerias de longo prazo com seus clientes. **Amil. Cuidado certo pra você viver o seu melhor.**

amilcuidadocerto.com.br

amil

Seguros de crédito e garantia estão em alta

Dados oficiais da Superintendência de Seguros Privados (Susep) indicam que os seguros de crédito e de garantia continuam figurando entre os que mais crescem no mercado de seguros. A autarquia apurou que, de janeiro a agosto, a receita de prêmios nessas carteiras ficou pouco abaixo de R\$ 2,8 bilhões, o que representou um avanço de 7,07% em comparação ao mesmo período no ano passado. Ainda de acordo com a Susep, houve uma queda expressiva do volume de sinistros entre os dois períodos comparados. A soma acumulada de janeiro a agosto ficou próxima a R\$ 630,4 milhões, valor

de 30,1% menor que o registrado nos oito primeiros meses de 2017. Com isso, a taxa média de sinistralidade caiu de 50% para 30% entre os dois períodos. Já as despesas comerciais, que englobam basicamente as comi-

sões de corretagem, somaram R\$ 389,5 milhões até agosto, alcançando um incremento de 21,4% em comparação ao mesmo período no ano passado.



Coface lança serviço de cobrança

A Coface lançou o serviço de cobrança para não segurados no Brasil. “Difícilmente os executivos conseguem mensurar quais serão os impactos de uma fatura não paga em seu negócio. Para compensar esse montante, as vendas necessárias para gerar o faturamento adicional demanda esforços enormes”, comenta a presidente da Coface no Brasil, Marcele Lemos (foto). A executiva exemplifica que, com uma margem de 4% em uma perda de R\$ 5 mil, a empresa precisa

vender R\$ 125 mil extras para compensar essa perda. “Com o serviço de cobrança oferecido pela Coface, os gestores podem preservar seus relacionamentos comerciais, uma vez que é muito desconfortável cobrar ou ser cobrado. Os clientes das companhias podem estar no Brasil ou em qualquer outro lugar do mundo que a Coface faz a cobrança. Isso ajuda as companhias a economizar tempo e dinheiro e seus executivos podem focar nos seus core business”, explica Marcele.



SulAmérica paga R\$ 146 mi pela Prodent

No início do mês de outubro, a SulAmérica anunciou ontem a compra de 100% da empresa Prodent, de assistência odontológica. A transação foi concluída por R\$ 145,7 mi-

lhões. Com a aquisição, a Sul América salta para cerca de 1,5 milhão de usuários de saúde odontológica. A Prodent, fundada em 1989, é a oitava operadora do setor, segundo

informou a Sul América ao mercado. A transação ainda depende de aprovação do Conselho Administrativo de Defesa Econômica (Cade) e Agência Nacional de Saúde (ANS).

Financiamentos de veículos em 2018 crescem 7,5% na comparação com 2017

Levantamento da B3, que opera o Sistema Nacional de Gravames (SNG), base integrada de informações que reúne o cadastro de veículos dados como garantia em operações de crédito em todo o Brasil mostra que as vendas financiadas de veículos novos e usados no ano de 2018 – considerando autos leves, motos e pesados – ultrapassaram a marca de 4 milhões de unidades. Para efeito de comparação, em 2017, foram financiados 3,7 milhões de

veículos, considerando o mesmo período (janeiro a setembro). A alta foi de 7,5% na comparação entre os períodos de 2018 e 2017. O crescimento ano versus ano foi impulsionado principalmente pelo segmento de veículos novos que apresenta uma evolução de 14% contra o acumulado do ano de 2017, abrangendo autos leves, motos e pesados. Considerando apenas o mês de setembro, os financiamentos de veículos novos e usados permaneceram está-

veis, com alta de 1,1% na comparação com o mesmo mês do ano passado, encerrando o período com um total de 424.584 unidades financiadas, entre autos leves, motos e pesados. Desse total, foram vendidos a crédito 163.339 veículos novos, alta de 7,6% em relação ao mesmo período de 2017. Já os veículos usados tiveram 261.245 unidades vendidas a crédito em setembro deste ano, queda de 2,6% na mesma base de comparação.

Saúde e Auto são os seguros mais adquiridos por brasileiros

De acordo com dados levantados pelo Sincor-SP, apresentados na 18ª edição do Conec, 53% de toda aquisição de seguros no Brasil estão nas áreas de saúde e automóveis. Reunindo as principais estatísticas do setor, o estudo “Mercado de seguros em 15 tópicos” apontou que as áreas de saúde e auto correspondem, respectivamente, a 26% e 27% de todo faturamento do mercado, que alcançou cifras de R\$ 267 bilhões em 2017. Os faturamentos chegaram a R\$ 39 milhões no ramo da saúde, enquanto os números no mercado de automó-

vel se aproximaram dos R\$ 35 milhões em prêmios. Segundo as estatísticas compiladas pela entidade, cerca de 17 milhões de veículos brasileiros estão segurados. Os beneficiários de planos de assistência médica e planos odontológicos, que geralmente são oferecidos juntos com o plano de saúde, são respectivamente 47 milhões e 23 milhões de segurados. Atualmente, o mercado de seguros conta com 59 grupos atuando no País. Entretanto, apenas nove deles distribuem produtos de saúde. A pulverização da distribuição do seguro de

automóveis é maior – 22 grupos distribuem essa modalidade de serviço. A participação do Brasil no mercado de seguros mundial também é apresentada no estudo, mostrando que ainda pode crescer muito. “De 2007 a 2011, houve uma forte taxa positiva de crescimento, passando de 1,2% para 1,8%; de 2011 a 2014, estabilidade na participação; de 2014 a 2016, queda, pelos efeitos de crise econômica (desvalorização do real e recessão); de 2016 a 2017, recuperação”, revela a cartilha. Atualmente, a participação do País é de 1,6%.

Cerca de 11 Mil Corretores estão fora do mercado

O recadastramento dos corretores de seguros, pessoas físicas, que está chegando ao final. Dados do Ibracor mostram que 11.022 pedidos foram negados pela Susep. Isso representa 19,5%, ou quase um quinto do total de 56.401 solicitações feitas. Em contrapartida, outros 45.023 profissionais já estão com sua situação regularizada e podem operar normalmente. Todos esses corretores de segu-

ros também estão aptos a solicitar a sua carteira de identidade profissional. De acordo com o Ibracor, há ainda 132 processos em “exigência preliminar” ou “revisão segunda exigência”. Além desses, 172 não foram finalizados. A autorreguladora explica que os corretores cujos pedidos foram indeferidos estão, neste momento, sem registro profissional e assim permanecerão até que regulari-

zem sua situação na autarquia, o que deve ser feito através de uma nova solicitação de recadastramento. Para os pedidos não finalizados, o Ibracor recomenda que os profissionais nessa situação verifiquem se está correto o preenchimento dos dados nos campos indicados. Feito isso, basta clicar em salvar o cadastro e verificar o recebimento de dois e-mails da Susep.

Corretora completa 50 anos

A corretora Seguralta completou 50 anos de atuação. Localizada em São José do Rio Preto está no mercado desde 1968 e inovou ao passar a atuar no ramo de franquias ocupando hoje a 17ª posição entre as maiores redes de franquias do país, de acordo com a ABF (Associação Brasileira de Franquias). A Seguralta oferece produtos e coberturas com condições comerciais competitivas nos diversos ramos do seguro como consórcio, produtos financeiros e seguros operando com as principais companhias do mercado.



Microseguros avançam 22,5%

Dados oficiais da Susep indicam que a receita de prêmios apurada com a comercialização de microseguros de pessoas e de danos está avançando em ritmo mais acentuado do que a média do mercado. A autarquia apurou que, de janeiro a agosto, esse segmento gerou um volume de prêmios da ordem de R\$ 261 milhões, o que representou

um incremento de 22,5% em relação aos oito primeiros meses do ano passado. Outro dado relevante é que a taxa média de sinistralidade se manteve em irrisórios, embora tenha sido registrado uma ligeira elevação, de 0,05% para 0,08% entre os dois períodos comparados. O volume de sinistros ocorridos aumentou sensivelmente

de R\$ 9,3 milhões para pouco menos de R\$ 20,7 milhões, variação de 121%. Já as despesas comerciais, que englobam as comissões de corretagem e as campanhas comerciais, somaram aproximadamente R\$ 129 milhões no acumulado de janeiro a agosto. Essa cifra é 65,7% maior que a registrada nos oito primeiros meses de 2017.

Korsa comemora DIA DO SECURITÁRIO

Data marca a importância do profissional em todo o país

Zelar pelo patrimônio e pela vida, buscar as melhores opções para proteger o cliente, seus bens, família, funcionários. Estas são algumas das importantes missões do profissional de seguros. O corretor de seguros é um profissional que oferece, negocia e vende apólices de seguros, como seguros de vida, de automóvel, de previdência privada, de incêndios, de riscos marítimos e outros ramos de seguros.

O securitário relaciona-se com a companhia seguradora e presta assistência ao segurado, empregando técnicas de vendas e operacionalizando rotinas informatizadas. Ele também pode administrar a corretora. Um outro papel importante dos corretores é ajudar as seguradoras a avaliar os tipos de riscos que enfrentam.

Um dos maiores desafios dos securitários é, assim como em todas as outras profissões, a atualização, já que o mercado sempre faz lançamentos de novos produtos. Um exemplo é o seguro contra o terrorismo, recentemente lançado. Características como fidelidade ao cliente, transmitir segurança e agir com otimismo são qualidades essenciais aos securitários eleitos pelo Ministério do Trabalho.

Para Adirlei Fonseca, Diretor Comercial da Korsa, corretora de seguros com 25 anos de mercado, a data é muito importan-



Adirlei Fonseca, diretor da Korsa

te para reforçar o papel chave do profissional no bem-estar da sociedade, na proteção da vida e do patrimônio das pessoas e empresas. “Mais do que nunca, esse profissional deve desempenhar um papel consultivo junto aos clientes buscando encontrar as melhores soluções no gerenciamento e mitigação dos riscos através de apólices de seguros com coberturas adequadas ao perfil do cliente e seus riscos. Parabéns a todos os profissionais que tão dignamente cumprem essa missão”, afirma o executivo. Para exercer a profissão, é necessário ter habilitação em curso da Escola Nacional de Seguros. Há, também, treinamentos para qualificação em modalidades específicas de seguro.

O seu problema
nos
move,
a sua satisfação
nos
inspira!

Por ano, mais de 2,5 milhões de serviços especializados em toda a América Latina.



AUTO, MOTO E
CAMINHÃO



BPO



RESIDENCIAL E
EMPRESARIAL



PET



VIAGEM



VIDA



CONCIERGE

Só uma empresa de pessoas que atendem pessoas, sabe o quanto é importante estar presente quando o cliente precisa, atendendo de forma tranquila, eficiente e humanizada.

As nossas pessoas são assim, cuidam das outras. E podem tomar conta das suas também.



Seguro de vida ganha confiança do consumidor?

Segundo dados da Confederação Nacional de Seguros CNseg, as modalidades de Seguro de Vida Individual e Coletivo totalizaram R\$ 21,5 bilhões entre janeiro e julho de 2018. Essa arrecadação é 9,89% aos R\$ 19,6 bilhões alcançados em igual período do ano passado. O ramo Seguro de Vida Coletivo totalizou R\$ 16,5 bilhões entre janeiro e julho de 2018 (10,21% superior aos R\$ 15 bilhões nos primeiros sete meses de 2017). Já o ramo Seguro de Vida Individual registrou crescimento de 8,84% e passou de R\$ 4,6 bilhões entre janeiro a julho de 2017 para aproximadamente R\$ 5 bilhões em semelhante período deste ano. Agora é a vez do seguro de vida?



“Sim, sem dúvida esse é o momento do seguro de vida. Os dados do mercado mostram esse movimento que temos identificado no dia a dia. Percebemos que as pessoas estão tomando conhecimento dos reais riscos a que estão expostos – e que são naturais a todos – e, a partir daí, passaram a procurar alguma forma de proteger a renda e a família no caso de uma falta prematura. As companhias também identificaram esse movimento e procuram criar produtos para suprir essa necessidade. É preciso agora que os corretores de seguros tenham conhecimento e consciência de que nosso papel vai muito além de vender seguros e sim de proteger pessoas e suas famílias”. Graça Pacheco, City Prev Corretora de Seguros

“O seguro de vida ainda é um mercado pouco explorado e, com um potencial fantástico de crescimento. O Brasil não tem tanta tradição no seguro de vida e o atual momento cria para o mercado um olhar diferente. Nós corretoras e corretores de seguros que temos na carteira do vida um complemento, em análises um pouco mais densas estamos propensos a repensar esta forma de ver o processo, e buscar estruturar mais os processos que seguem nesta direção. Na AMX SEGUROS acreditamos bastante no seguro de vida, tanto que estamos em processo de implantar um setor específico somente para corretores de vida, com 100% de foco nesta modalidade”. Aimoré Jorge Guimarães Maia, AMX Seguros



A GRANDE JORNADA PELO MUNDO DOS SEGUROS

Às segundas-feiras, das 7 às 8 horas

RÁDIO IMPRENSA FM 102,5

APRESENTADO POR PEDRO BARBATO FILHO



**REPARO DE
ARRANHÕES**



**MARTELINHO
PARA PEQUENOS
AMASSADOS**

SRA
Plus



**Mais rápido
do mercado**

De 30 minutos a
1 hora para realização.



**É mais barato
e mais fácil**

Valores de franquia
por menos de 100 reais.



**Mais pontos
de atendimento**

65 lojas próprias e a maior Rede
de Credenciados no Brasil.



**Mantém a
originalidade**

Não requer a
pintura tradicional.

Consulte seu corretor para saber se a sua apólice possui esta cobertura.

O SRA Plus é muito mais!

Mais para você, mais para o Segurado.

QUAL O PRIMEIRO PASSO PARA O CORRETOR DE SEGUROS INOVAR?



As mudanças são inevitáveis, mas até que ponto transformam de fato o comportamento e a vida das pessoas?

Muito se fala em inovação, mas o que é uma atitude inovadora? O que faz uma empresa ser inovadora? O mercado de seguros vem discutindo o tema da inovação fortemente para dar capilaridade aos produtos e também melhorar a entrega e a experiência dos segurados. Veja o que André Gregori, CEO e fundador da Thinkseg Group, reconhe-

ce pela FinTech Global, empresa especialista em pesquisa e levantamento de dados, como uma das 100 insurtechs mais inovadoras do mundo e Danilo Piva, dono da Piva Corretora de Seguros, localizada em Marília, com 12 anos de atuação e há um ano focado no segmento de Seguro de Vida e Previdência têm a dizer sobre o assunto.



■ André Gregori. “Para inovar, é preciso ter ousadia. É preciso ter coragem para questionar e repensar velhas práticas. Não se pode acomodar em fazer as coisas de certa forma simplesmente porque sempre foram feitas assim. Para o corretor inovar, ele terá que abraçar novas tecnologias, sem medo de se reinventar, pois se ele não fizer isso, outros o farão por ele. É um processo de evolução contínua, como em qualquer outro setor, e cada profissional ou empresa pode escolher estar na liderança dessa evolução ou na retaguarda dela”.

■ Danilo Piva. “Uma pergunta pertinente e desafiadora para todos nós, corretores de seguros. Dentre tantas opções, ideias e ações que o mercado nos oferece, acredito que o “primeiro passo” é o profissional sair do modo standby e buscar canais de informação, tendências e oportunidades de networking neste amplo mercado. A inovação foi um tema muito abordado no Congresso Potencialize, promovido pela Mongeral. O mercado oferece muitas oportunidades. Pergunto a você leitor e amigo corretor: qual foi seu último investimento em aprendizado para sua profissão? O que você fez este ano de criativo e inovador para alavancar suas vendas? Essas perguntas são de autoanálise importantíssima e estão concomitantes a excelência do nosso negócio”.



HOJE É DIA DE DESEJAR **MUITAS FELICIDADES** A QUEM SEMPRE DESEJA AOS CLIENTES **MUITOS ANOS DE VIDA.**

12 de Outubro
Dia do Corretor de Seguros

Nós temos muito orgulho de comemorar esse dia junto com você, corretor. Afinal, quem busca sempre o bem-estar da sociedade, se preocupando todo dia com o futuro das pessoas e de suas famílias, merece todo o nosso reconhecimento. **Parabéns, corretor.**



Icatu
SEGUROS

www.icatuseguros.com.br
Central de Relacionamento: **0800 285 3002**



De geração em geração: **COMO O CONSUMIDOR ENXERGA O MERCADO DE SEGUROS?**

Mudança de pensamento permeia entre clientes jovens e os mais tradicionais

*Sueli dos Santos e
Vitor Guerra*

A transformação no comportamento do consumidor obrigou as empresas a se mexerem criando produtos personalizados que atendam a necessidade de cada um. Atualmente, o setor de seguros passa por um momento de transição, que é delicado e com incertezas em relação ao futuro, principalmente do corretor. É inegável, contudo, que a nova geração de consumidores - que está chegando ao mercado de trabalho - tem o pensamento di-

ferente de consumidores de outra geração.

Percebendo as mudanças de pensamento dos seus clientes e dos potenciais consumidores, as seguradoras buscam alternativas para criar produtos que atendam às necessidades desse novo consumidor e também que continue a atender os clientes já conscientes da importância do seguro. E o corretor? Ele é a figura que transmite de maneira clara e precisa toda a informação que o segurado precisa para escolher o melhor produto.

A desconfiança do seguro

A internet ampliou o acesso à informação e criou um novo tipo de consumidor: mais exigente e ciente dos seus direitos. Esse tem sido um desafio ao mercado porque exige que as empresas estejam preparadas para lidar com esse novo perfil. De maneira geral, o mercado de seguros primeiro lida com a expectativa do consumidor na hora da contratação e, depois, na hora do sinistro, com frustrações, já que o seguro lida com sinistros.

Não é nenhuma novidade



Giovanna lembra do seguro contratado pela mãe para o mercado segurador que a maioria das pessoas enxerga o seguro apenas como um mal necessário. Elas sentem medo. Adquirir um seguro de vida, por exemplo, seria quase um “mau agouro”. Como a sociedade brasileira não tem o hábito do planejamento financeiro, fazer seguro ainda não está na lista de prioridade de muita gente. Mas qual a relação delas com o seguro? Como elas veem o produto e por que o contratam?

A jornalista Giovana Rodrigues, 33 anos, de São Paulo, lembra que a primeira vez que ouviu sobre seguro ainda era criança. “Foi o seguro residencial que minha mãe tinha do banco que

ela era correntista”, recorda. É por meio da rede bancária embutido em outros produtos que muitas pessoas têm seu primeiro contato com o seguro. O seguro residencial ainda é cercado de reservas pelos consumidores. As pessoas acreditam que o valor dele deve ser proporcional ao bem, portanto, deve ser caro. Essa visão distorcida se reflete nos números: apenas cerca de 15% das residências brasileiras têm seguro. No geral, as pessoas desconhecem os benefícios e serviços embutidos no produto. A cobertura depende do que foi contratado. Aí é que o consumidor já começa a ficar um pouco confuso e precisa ter a ajuda de um corretor de seguros para esclarecer as dúvidas e também orientar na contratação do seguro que mais se enquadra em suas necessidades.

No caso de Giovana, já na vida adulta, o primeiro seguro contratado por ela foi, claro, o de automóvel, produto que é, muitas vezes, o primeiro contato das pessoas com o seguro. “Contratei por meio de corretor indicado pela própria concessionária”, lembra.

Durante a 8ª Conferência de Proteção ao Consumidor que aconteceu em setembro, Ana Lucia Kenickel Vasconcelos, Secretária Nacional do Consumidor da Secretaria Nacional do Consumidor do Ministério da Justiça, disse que os contratos são de difícil compreensão, o que dificulta para o consumidor entender

Ana Lucia defende contratos mais simples



Dayane Carvalho quer facilidade na contratação

o que está comprando. “Seria mais simples se já na primeira página do contrato estivesse claro o que o consumidor está adquirindo e o que ele tem direito”, disse ela. Simplicidade. Exatamente essa a expectativa da fisioterapeuta Dayane Carvalho: “Espero que ele seja fácil de contratar, sem precisar de um contrato gigante. Ao mesmo tempo, o produto tem que ser menos burocrático na hora que precisarmos dele. Espero agilidade, praticidade e comprometimento naquilo que foi acordado”, revela.

Assim como em outras atividades econômicas, o consumidor é figura principal no mercado de seguros. É ele que precisa e compra a proteção. Por isso, é importante que o setor faça campanhas institucionais para explicar o que é o seguro e como ele funciona. É algo um pouco complexo já que é um setor que tem suas peculiaridades em que, diferente de quem compra um carro, por exemplo, em que há uma



ansiedade em desfrutar o novo bem, o sentimento de receber a indenização de uma apólice de seguro pode ser classificado como alívio.

Giovana é o retrato do atual consumidor, especialmente o que contrata seguro. Ela diz o que espera como consumidora: “coberturas necessárias e contratadas em caso de imprevistos e necessidades, sem precisar ficar me desgastando com a empresa e/ou corretora”, diz ela. É o mínimo que espera. Afinal, ela contratou o seguro para não ter problemas. Muitas vezes não é isso o que acontece e a briga entre consumidor e seguradora vai parar na Justiça.

Relação com consumidor

Desde que assumiu a Susep, Joaquim Mendanha sinaliza sua preocupação com o consumidor. “Entendemos que levar ferramentas informativas ao consumidor contribui para que ele possa escolher o produto que vai atender suas necessidades”. Além de ser o órgão regulador do mercado de seguros que fiscaliza as companhias e libera novos produtos, a entidade integra a Comitê Nacional de Educação Financeira (CONEF) e há pouco tempo passou a disponibilizar no site, um guia do consumidor. Do outro lado, as seguradoras tentam fortalecer o canal de demanda dos usuários antes que eles cheguem à justiça, por exemplo. Por isso, o mercado investe na instalação de ouvidorias. Muitas das ações são resultantes do atendimento equivocado prestado pelas seguradoras, com a falta de informações, o descumprimento de prazos e a ausência de solução para os problemas. O Brasil vive um período

em que a sociedade descobriu que tem direitos. As leis permitem isso. Mas no mercado de seguros é preciso lembrar que o que rege o sistema é a mutualidade. Afinal, o consumidor, o consumidor não é apenas cliente, ele também é parte importante na sustentação do sistema. Ele faz parte da mutualidade. Nesse sentido, a falta de confiança por parte do cliente ainda é uma barreira a ser superada.

Em tempos de relações líquidas em que conquistar a fidelidade do consumidor requer atitudes diferentes, o mercado de seguros fica diante de grandes desafios. Por sua natureza de longo prazo – basta pensar no seguro de vida, no plano de previdência – as companhias precisam estabelecer uma relação de confiança com o consumidor, oferecendo razões para ele ficar. “De maneira geral, espero ser tão bem tratada no pós-venda quanto costumamos ser bem tratados no momento da contratação, o que infelizmente é raro no nosso País, não apenas no setor de seguros”, diz Giovanna dando uma pista do que esperam os consumidores.

Desde 2013, as seguradoras são obrigadas a contar com uma ouvidoria. Muitas companhias já dispunham do setor há mais tempo. A Ouvidoria é a última instância de relacionamento com os clientes. É o departamento que recebe reclamações, sugestões e elogios dos consumidores, obtém subsídios e evidências para conhecer as circunstâncias envolvidas e, após



Susep aposta na informação ao consumidor

analisá-los, responde de forma clara e conclusiva ao consumidor demandante. É à Ouvidoria que os clientes recorrem – ou deveriam – antes de recorrer à Justiça.

Expectativa e realidade

Muitas das ações na Justiça contra o mercado de seguros são resultantes do atendimento equivocado prestado pelas seguradoras, com a falta de informações, o descumprimento de prazos e a ausência de solução para os problemas. O aborrecimento do cliente pelo serviço mal prestado é multiplicado. A melhora na qualidade do atendimento pode ajudar as empresas do setor,

Entre os diversos ramos do seguro, o que mais tem frequentado os tribunais é o ramo de saúde complementar. Leandro



“Quero que cubra minhas expectativas”

Fonseca da Silva, diretor-presidente substituto da Agência Nacional de Saúde Suplementar (ANS) diz que hoje o consumidor está mais protegido. “O consumidor quer esse produto que não é apenas intermediação financeira. Ele é prestação de serviço por isso a complexidade do setor. O mercado vem respondendo melhor às demandas do consumidor”, diz ele.

É o caso de Harumi Ishihara, 66 anos, também de São Paulo. Ela considera que o plano de saúde é o seu produto essencial. Ela conta que não tem grandes expectativas em relação ao seguro e é bem objetiva sobre o que espera do produto: “quero que cubra minhas expectativas e prejuízos”. Ela é uma mulher experiente, mas não tem uma relação de proximidade com o seguro, não possuindo outros tipos de proteção. Essa é a mesma opinião da fisioterapeuta Dayane Carvalho, 21 anos. “Para mim, plano de saúde é essencial, visto que o sistema público de saúde ainda é muito escasso. O Seguro Auto é um dos menos importantes, porque dependendo de onde a pes-

soa mora, o carro se torna inútil.

A frustração do segurado muitas vezes acontece justamente porque ele desconhece o que está comprando. Dificilmente o consumidor lê o contrato – e se lê terá dificuldade de entender devido à linguagem extremamente técnica – e isso pode causar problemas. A secretária nacional do consumidor cita como exemplo o seguro de celular. É uma modalidade que não cobre furto simples que é o mais tradicional. “O consumidor compra e acha que qualquer tipo de roubo será coberto”, afirma. E quando isso acontece tem sua expectativa frustrada e se sente “enganado” pelo seguro, mas ele não foi orientado corretamente ou não leu o contrato...por isso a informação é fundamental na relação com o consumidor. E é nesse momento que ele recorre à Justiça para garantir o que considera seu direito.

Direitos do consumidor

Constantemente acontecem encontros entre os representantes das seguradoras e os Procon’s de todo o país, por exemplo, é uma forma de mostrar às entidades de proteção ao consumidor como funciona o mercado e também mostrar os mecanismos que existem para proteger o consumidor. “Nesses encontros podemos conhecer a índole do mercado segurador, os dois lados se ouvem”, destacou a diretora do Procon-PR, Claudia Francisca Silvano. Para ela, as empresas precisam ter pessoas com vocação para atender bem o consumidor e resolver suas demandas. Mas ela faz críticas. “Tenho como convicção que o mercado de seguros sabe onde está errando”, disse. Ana Lúcia Kenickel diz que muitas vezes

os vendedores não têm capacitação para orientar o consumidor. Ela diz que esse problema é muito recorrente na venda de seguro garantia estendida. Segundo ela, dados da Senacon indicam aumento na oferta de produtos e também um aumento sensível no número de reclamações.

Em 2017, o setor de seguros – excetuando o ramo de saúde – ficou em 11º no ranking de reclamações registradas nos Procon’s de todo o país, com 42.821 queixas. “Em 2018, já foram 34.383 registros, isso significa que o número será maior que 2017”, analisa Ana Lúcia.

Pela primeira vez convivemos com três gerações diferentes simultaneamente no mercado e ativamente na sociedade. Cada uma tem sua expectativa em relação ao seguro. Alguns nem acham que precisam. O fato é que o mercado de seguros precisa entender as necessidades do consumidor, oferecer produtos e serviços que façam com que esse público passe a ver o seguro não apenas como uma necessidade, mas um benefício que pode ajudar em suas vidas.



Claudia Francisca “Empresas precisam de pessoas com vocação para atender consumidor”

AXA quer crescer em seguros para PMEs

Desde que aportou no Brasil em 2015, a AXA concentrou grande parte de seus esforços na produção em Grandes Riscos e Afinidades, atuação que rendeu bons resultados e reputação no mercado. Agora, a empresa está com apetite para crescer também no mercado de Pequenas e Médias Empresas.

Para isso, ampliou o portfólio de produtos e trabalhou no aprimoramento de sua plataforma, propondo ao corretor uma jornada digital muito simples e ágil, com a

possibilidade de cotar e emitir apólices em poucos minutos, em apenas três cliques.

“Preparamos um modelo inovador, com uma oferta digital que confere agilidade e facilita a aproximação do corretor de potenciais clientes. Mas o corretor não precisa realizar esse trabalho sozinho! A equipe da nossa Filial Digital vai dar todo apoio no processo de venda”, explica Erika Medici, vice-presidente Comercial e Marketing da AXA (foto).



Empresa Smart e Empresa Flex com ampla oferta de serviços

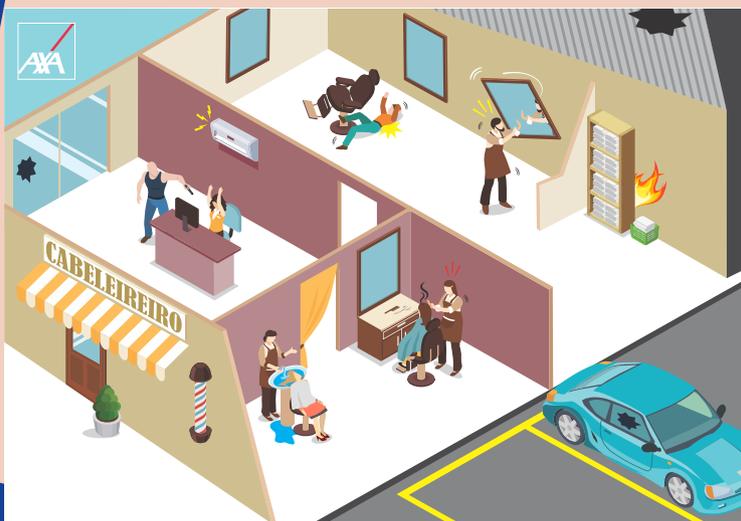
O Empresa Smart oferece um pacote enxuto, mas completo, e pode ser vendido em cerca de três minutos, em apenas três cliques, com coberturas para riscos de até R\$ 1 milhão sem necessidade de vistoria prévia.

Já na linha Empresa Flex, o corretor pode personalizar o pacote de coberturas e serviços aumentando a proteção do negócio, mantendo a competitividade da proposta. Nessa opção, a aceitação de riscos é de até 30 milhões.

Ambos os pacotes oferecem uma gama bastante extensa de serviços e assistências 24h, que vão desde consultoria de marketing e tendências, apoio em projetos de decoração de interiores até suporte de RH e folha de pagamento.

“ Fizemos um amplo estudo da nossa base de sinistros para ofertar um produto com qual o pequeno empresário se identifique. Como consequência, o corretor tem mais facilidade de converter a venda”, explica a executiva.

Adicionalmente, para cada atividade, a empresa propõe coberturas bem específicas, como conserto para lavatórios para salões de beleza, reposição de vacinas em decorrência de danos elétricos para pet shops, quebra de vidros e vitrine para lojas de roupa e até mesmo indenização para custos médicos em caso de intoxicação alimentar no produto voltado para o segmento de alimentação e bebidas.





A

**KORSA
SEGUROS**
quer a sua
parceria!

Conheça a **Konnect**, uma rede de pequenas e médias corretoras de seguros de transportes que busca uma posição entre as 10 maiores operações de seguros de Transportes o Brasil, atingindo um volume de prêmio anual de R\$ 60 milhões no fim de quatro anos de operação.

Não perca essa oportunidade.

Vem para **Konnect**!

A rede **Konnect** será o braço forte da sua carteira de seguros de transporte de carga.

www.konnectkargo.com



18º CONEC CRESCCE E REÚNE 10 mil profissionais em São Paulo

Em novo espaço, congressistas debateram o futuro da distribuição e o papel das insurtechs

Sueli dos Santos

A 18ª edição do Congresso dos Corretores foi cheia de novidades: novo local, nova data e novo formato. Pela primeira vez, o evento foi antecipado para os dias 27, 28 e 29 de setembro. Deixou o Anhembi e passou para o Transamérica Expo Center. Outra mudança foi que na edição desse ano, as palestras não foram simultâneas o que permitiu aos congressistas assistirem a todos os painéis. Além disso, funcionários de corretoras também puderam participar.

Na cerimônia de abertura, o presidente do Sincor-SP, Boris Ber, destacou que a sociedade vive um período de mudanças, que naturalmente traz desafios e riscos, mas a visão da entidade está focada nas oportunidades.

“Nosso objetivo é ser referência no setor e, temos certeza, que assim será”, disse. Ainda na abertura, o presidente da Fenacor e da Escola Nacional de Seguros, Robert Bittar, trouxe uma retrospectiva das lutas políticas dos corretores de seguros e o quanto a classe trabalhou para conquistar seu espaço profissional. “Precisamos aumentar nossa representatividade no cenário político para darmos continuidade a essas vitórias”, comentou.

Como aconteceu uma semana antes do primeiro turno das eleições, a política também esteve presente. O ministro do Supremo Tribunal Federal, Luís Roberto Barroso, traçou um panorama dos acontecimentos que marcaram o País nos últimos

anos e citou os desafios que precisam ser vencidos no País. Outro painel com um tom político foi “Política e o setor de seguros – Pauta construtiva para o futuro”, que teve como âncora o jornalista Ricardo Boechat. Entre os participantes desse painel estava o presidente da CNseg, Marcio Coriolano. “Temos que exigir que o setor de seguros passe para o centro de políticas públicas no Brasil, e não estamos falando de protecionismo, mas de leis que são importantes para a sociedade”, defendeu. O superintendente da Susep, Joaquim Mendanha, também esteve lá e enfatizou que o órgão, na próxima gestão, irá se pautar por três desafios: solvência, desburocratização e fomento ao setor.

Porto Seguro Transportes. Pode seguir em frente. Nós damos cobertura.

Babel-Azza



Pegue o caminho da proteção e tranquilidade com o **Porto Seguro Transportes**. Além da cobertura, você recebe assistência completa para agilizar o trânsito da sua carga de ponta a ponta.

-  Facilidade no pagamento
-  Assistência 24 horas
-  Guincho gratuito
-  Cobertura internacional
-  Averbação eletrônica

Para mais informações, consulte seu Corretor ou acesse: porto.vc/transportes

Você coberto de tranquilidade.

Informações reduzidas. Consulte condições gerais. Porto Seguro Cia. de Seguros Gerais. CNPJ: 61.198.164/0001-60. Processo SUSEP: RCTR-C - 15414.001029/2005-37; RCF-DC - 15414.002673/2011-71. O registro deste plano na SUSEP não implica, por parte da Autarquia, incentivo ou recomendação a sua comercialização.

(11) 3366-3380 (Grande São Paulo) | 0800 727 2755 (Demais localidades) | 0800 727 2761 (SAC - cancelamento, reclamações e informações) | 0800 727 8736 (Atendimento exclusivo para deficientes auditivos) | 0800 727 1184 (Ouvidoria - horário de atendimento de segunda a sexta-feira, das 8h15 às 18h30 (exceto feriados).



**PORTO
SEGURO**



Mais espaço, mais empresas

Com um espaço maior, as empresas expositoras da Exposeg, a feira de negócios que acontece paralelamente ao Conec, puderam fazer estandes mais amplos para receber os corretores. As companhias aproveitaram o espaço para apresentar suas propostas e ajudar o corretor no seu dia a dia.

Entre as participantes estava a Previsul Seguradora que fez ações para reforçar o posicionamento de ser uma seguradora orientada para o futuro. O presidente da companhia, Renato Pedroso, os diretores, os gerentes regionais e de sucursal de todo o Brasil, além dos consultores da região sudeste receberam um grande público durante o congresso. “Foi um momento de muito mais aproximação e relacionamento com o corretor de seguros. Estávamos com todos os gerentes das nossas sucursais no estande, o que possibilitou um atendimento diferenciado para corretores de cada uma das regiões do país”, disse Pedroso.

Outra companhia que marcou presença foi a Sompo que desenvolveu atividades para os corretores. O lutador Lyoto Machida, garoto propaganda da campanha publicitária atualmente em veiculação esteve no estande. Toda a diretoria, além de executivos da Sompo de todo

o Brasil, estiveram no evento recepcionando os corretores de seguros. “A proximidade que o evento propicia, faz com que o corretor entenda bem nossos objetivos e proposta de trabalho. Com isso aumentamos nossa sinergia, o que impacta no volume de negócios tanto para o corretor de seguros quanto para a Sompo”, afirma Fernando Grossi, diretor executivo comercial da companhia.

A Regula que se destaca na oferta de dos serviços de atendimento e acompanhamento de sinistros até a liberação da indenização marcou presença. A empresa aproveitou o evento para estar mais próxima dos corretores, seus clientes, para fechar contratos e fazer mais contatos com os corretores. “O 18º Conec

foi um marco na nossa história. Tivemos um número expressivo de adesões nas centenas de corretores interessados. O volume de visitas foi uma boa surpresa”, revela Daniel Bortoletto, CEO da Regula.

A SulAmérica tinha um estande como as outras seguradoras e também participou do painel que discutiu o “Papel do mercado de seguros na construção do futuro”. O presidente da SulAmérica Seguros, Gabriel Portella, lembrou que já houve crises no mercado. “Quando os bancos começaram a vender seguros, teve uma grande apreensão de que os corretores iriam acabar”, exemplificou “Isso não só não aconteceu, como aumentou nossas possibilidades. Ninguém irá substituir o corretor de seguros”, afirmou.



FAZER SEGURO É UMA ARTE! COBRAR, É NOSSO DESAFIO!

Somos a IDEAL ASSESSORIA DE COBRANÇA, uma empresa especializada em Recuperação de Prêmios de Seguros. Estamos no mercado há mais de 20 anos. Temos parcerias com várias seguradoras. Nosso trabalho possibilita às seguradoras minimizar custos e otimizar ganhos, alcançando maior produtividade na sua atividade. Nossos Índices de Recuperação podem chegar até 95%.

Nossos objetivos são: diminuir a inadimplência; aumento na retenção de prêmios; agilidade na recuperação dos ativos; serviço de aviso ao segurado/devedor; deixar a filial e corretor voltados somente para vendas e retenção; conciliação financeira (depósitos de terceiros); fidelização do cliente; e redução de custos. VOCÊ NÃO TEM NADA A PERDER. TENTE!



idealcob@idealcob.com.br



idealcob.com.br



(11) 3121-0420



Ideal

CONSTRUINDO SOLUÇÕES E DERRUBANDO CUSTOS:

CONFITEC À DISPOSIÇÃO DAS SEGURADORAS

Por meio de tecnologia avançada, companhia atua a fim de reduzir gastos e simplificar ações mediante um mercado burocratizado

Vitor Guerra

O momento de transição no qual o setor de seguros permeia estimula seguradoras e corretoras a buscar estratégias dentro do mercado. Isso passa pelo relacionamento com o consumidor, pelas maneiras de comercialização e métodos de redução de custos sem comprometer a qualidade da prestação de serviço.

Há oito anos, a Confitec, empresa de soluções de Sistema de Informação enxergou oportunidades no mercado de seguros por meio da criação do produto Gepro. De acordo com Jailson Meireles, CEO da Confitec, esse serviço foi o primeiro a ser desenvolvido, abrindo, inclusive, espaço para outros produtos que viriam mais tarde. “Percebemos a necessidade de desenvolver um produto para ajudar as companhias. Com isso, elas passam para Confitec toda sua movimentação mensal e, a partir disso, transmitimos uma informação mais completa ao órgão regulador”, aponta Meireles. O executivo lembra que antes de lançar o primeiro produto exclusivo para seguradoras, a companhia já trabalhava com esse tipo de dados, o que facilitou a penetração no setor.



Confitec ajuda na redução de gastos das seguradoras

Trabalhando pelo seguro

Para reduzir o tempo de processamento do serviço e também reduzir custos, a Confitec desenvolveu o iRISK, produto de inspeção de risco. Atualmente, a Susep dá um prazo de até 15 dias para as seguradoras aceitarem ou não o risco. Meireles diz que se a indústria do potencial cliente é em um lugar distante, o inspetor da seguradora tem pouco tempo para fazer seu trabalho.

Com o iRisk, o profissional não precisa viajar quilômetros de distância para fazer a inspeção da indústria segurada. O próprio cliente filma o local, enquanto o inspetor, de onde estiver, faz a análise do risco. Além de diminuir os custos

que a seguradora teria em pagar a viagem ao analista, a companhia ganha no quesito tempo.

Focada em desenvolver serviços em prol do mercado de seguros, a Confitec traçou uma meta: todo ano lançar um produto. Além do Gepro e do iRISK, a empresa comercializa outros três serviços: Gepro-RE: Produto exclusivo para resseguradoras locais, que tem como objetivo gerar informações à SUSEP; Girus: Programa para calcular resseguros para seguradoras; BDPO (banco de dados de perdas operacionais): busca atender a circular SUSEP, dando existência de um banco de dados para registros de perdas operacionais; Projur: produto que auxilia a seguradora no processo judicial.

O lançamento do ano

Muitos consumidores recorrem à justiça contra seguradoras. A Confitec lançou, neste ano, o Projur, que tem como objetivo principal gerenciar os processos judiciais das seguradoras. “As companhias estão preocupadas com muitas coisas ao mesmo tempo. O Projur tem o trabalho de deixá-las atentas a esses processos, não somente com base nos sinistros, mas também em outras ações que qualquer empresa tem”, finaliza o executivo.

SUA PÓS EM 1 ANO!

MBA EXECUTIVO EM NEGÓCIOS DE SEGUROS

- Formação em gestão
- Melhor custo-benefício
- *Coaching* especializado
- Presencial e/ou a distância

Inscrições Abertas!
ENS.EDU.BR/MBAS



Condições especiais para
empresas conveniadas.



Dúvidas e informações:
Rio de Janeiro - (21) 3380-1524 / 1531
São Paulo - (11) 2739-1029 / 1059
posgraduacao@ens.edu.br



ESCOLA NACIONAL de SEGUROS

E os campeões da Ameplan redescobrem a Bahia

No último dia 24 de outubro, a Ameplan Saúde finalizou sua 7ª campanha de vendas intitulada #PartiuBahia, com a viagem de comemoração para aqueles que se destacaram em 2018 na representação de seus produtos.

Juntamente com os seus principais parceiros comerciais, Affix, Corpore, Divicom e Hebron, Administradoras de Benefícios e a Dentalpar Odontologia, 40 (quarenta) profissionais que se destacaram nos quesitos da campanha, puderam desfrutar, juntamente com seus acompanhantes, das mordomias e belezas naturais oferecidas pelo Eco Resort, Arraial d'Ajuda, em Porto Seguro. Foram 5 dias de atividades e eventos inesquecíveis, merecidamente conquistados com trabalho e dedicação.

Seguindo uma tradição de 7 anos, a Ameplan acolhe e reconhece os profissionais que se destacam na venda de seus produtos. As premiações com base em confirmações de contratos e vidas reconhecem respectivamente, o vendedor, o supervisor o gerente e a plataforma campeã, seja o seu empresário e o seu melhor funcionário administrativo.

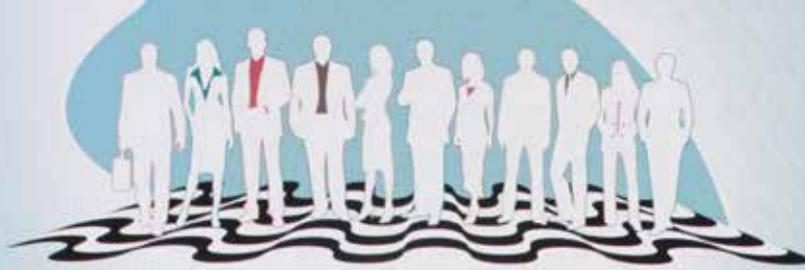
A campanha da Ameplan Saúde já é de conhecimento comum entre os representantes que conhecem e se identificam com os seus produtos, entretanto, a cada ano, novas faces vão surgindo em companhia do grupo.

A campanha oferece muito mais do que a viagem. No transcorrer dela outras premiações vão sendo conquistadas quase que pela totalidade de seus representantes, no seu encerramento ainda vem uma viagem como diferencial para os Campeões.

Os campeões e seus acompanhantes não precisam se preocupar com nada, além da hospedagem "all inclusive" o pacote inclui muitos passeios para ampliar o conhecimento e o desfrute do local.

Desta vez, o local escolhido foi a terra de Tomé de Souza e dos primeiros jesuítas que aqui chegaram em 1549 com suas primeiras três naus: Conceição Salvador e Ajuda.





Distribuição, essa força é nossa!

VII ENCONSEG



Sincor-RJ realiza VII ENCONTRO DE CORRETORES do Estado do Rio de Janeiro

Aconteceu no Rio de Janeiro, no Centro de Convenções Cidade Nova, o VII Encontro de Corretores de Seguros (Enconseg), promovido pelo Sindicato dos Corretores do Estado do Rio de Janeiro (Sincor-RJ). Com o tema “Distribuição, essa força é nossa”, mais de 1500 participantes passaram o dia debatendo temas de interesse da categoria.

Os painéis contaram com a presença das autoridades do Sincor-RJ, CNSeg, SUSEP, ANS, SulAmérica Seguros, Bradesco Seguros e ACRJ com o tema “O Rio de Janeiro”; do palestrante e economista, Ricardo Amorim, que falou sobre “Desafios e oportunidades para o Rio de Janeiro”.

Marcio Coriolano, presidente da CNseg participou do painel “O Rio de Janeiro” ao lado do presidente do Sincor-RJ, Henrique Brandão, do vice-presidente do Sincor, Ricardo Garrido, do diretor da Superintendência de Seguros Privados (Susep), Carlos Alberto de Paula, o presidente da SulAmérica Seguros, Gabriel Portella, o diretor-geral do Grupo Bradesco Seguros, Ivan Gontijo, além do diretor da ANS, Cesar Brenha Rocha.

Coriolano fez um histórico da resiliência dos seguros nos últimos 10 anos. Ele lembrou que o crescimento do setor permaneceu em trajetória positiva, mesmo durante a recente recessão

econômica. Em seguida, destacou a significativa participação do Estado do Rio de Janeiro no mercado de seguros e lembrou que a CNseg integra, na Firjan, um elenco de empresas e organizações que aderiram à Agenda Rio Seguro, que pretende apoiar ações públicas para a redução da violência no Estado.

O presidente do Sincor-RJ, Henrique Brandão, menciona a importância do saber para a categoria. “A minha mensagem para o corretor é o empoderamento. Temos que entender que só através do conhecimento é que haverá possibilidade de fazer a diferença no futuro e no presente”, destacou Brandão.

KAKAU SEGUROS QUER INOVAR na experiência do consumidor

Insurtech tem parceria com grandes seguradoras do mercado, dando mostra de como o empreendedorismo nos últimos anos dentro do setor tem dado certo

O ano de 2018 ficará marcado para o mercado segurador, entre outras coisas, pelo avanço das insurtechs. Elas deixaram de ser vistas com desconfiança e passaram a fazer parte da estratégia do mercado. Uma dessas empresas que ganharam espaço foi a Kakau Seguros.

Em pouco tempo, a empresa ficou conhecida, sendo convidada, inclusive, para importantes eventos de tecnologia do setor. Henrique Volpi, um dos sócios-diretores, conta o que a relevância do mercado foi o que o estimulou a empreender no ramo de seguros: “Apesar dessa importância, o produto ainda tem baixa penetração no Brasil”, analisa. O executivo aposta que a tecnologia vai contribuir para uma mudar o cenário.

A Kakau Seguros é uma plataforma que oferece acesso fácil e rápido para que o usuário ou assinante consiga contratar seguros, reportar um sinistro ou solicitar uma assistência 24hs. Com o sistema de assinatura, o cliente Kakau pode pausar a sua apólice a qualquer momento. Esse sistema inova também ao fazer o uso de tecnologias, como “Machine Learning”, “NLP” e Ciência de dados. Segundo Volpi, todas essas ferramentas fazem mudanças significativas nesse cenário.

A startup chegou ao mercado com o intuito de transformar a vi-



“A Kakau teve foco na inovação e na experiência do usuário”

são burocrática do setor, conhecido pela papelada e o amplo número de cláusulas em seus contratos, o que dificultava o fechamento deles. Volpi lembra que empreender no Brasil é difícil devido à estrutura tributária e burocrática do país e empreender no mercado segurador é mais uma pitada de dificuldade já que o setor é extremamente regulado. Mas isso não fez os sócios da Kakau desistir. Ele conta que para persistir em atuar no setor foi preciso estudar a regulamentação e os problemas a serem resolvidos.

Na plataforma da Kakau Seguros, o cliente contrata o seu seguro de forma simples. Se precisar de ajuda, conta com a

assistência virtual da Anna, um bot desenvolvido para tornar a experiência do usuário mais rápida e prática. Ela solicita dados, faz cálculos e passa grande parte das informações que são necessárias para os clientes fazerem a melhor compra.

Recentemente, a startup fechou parceria com a Generali para comercializar seguro contra furto e roubo de celular. “O foco principal da parceria é expandir o trabalho da companhia com ajuda da tecnologia e gerar praticidade no atendimento ao consumidor. “Assim, a empresa também amplia seus canais de atendimento aos segurados”, finaliza.

Acesse nosso portal De cara nova agora mais rápido, dinâmico e interativo!



Atualização diária, cobertura de eventos,
download da revista eletrônica,
mais de 70 mil mensagens enviadas por dia.

ACONSEG-RJ CELEBRA 20 ANOS COM SEGURADORAS E ENTIDADES PARCEIRAS

A festa pelos 20 anos de fundação Associação das Empresas de Assessoria e Consultoria de Seguros do Estado do Rio de Janeiro (Aconseg-RJ) reuniu o mercado de seguros do Rio de Janeiro. A entidade, criada em maio de 1998, surgiu praticamente junto com o modelo de assessorias de seguros, em um cenário de transformações no setor de seguros fluminense. “A reorganização do mercado impôs um enxugamento das estruturas das seguradoras, que foram redimensionadas para reduzir os custos de produção. As assessorias foram a solução”, conta o presidente da Aconseg-RJ, Luiz Philipe Baeta Neves. Um dos fatores

essenciais durante o desenvolvimento dessas empresas foi a parceria comercial firmada com as seguradoras. “Assim como eu, muitos dos executivos das assessorias filiadas faziam parte do quadro dessas companhias”, afirma. Participarão do evento, além das lideranças das seguradoras parceiras da Aconseg-RJ, representantes das Aconsegs de outros estados e diversas entidades do setor. As empresas filiadas à Aconseg-RJ arrecadam R\$ 1,5 bilhão em prêmios de seguro ao ano, reúnem mais de 3.500 corretores em todas as regiões do estado e detêm 60% da carteira de Auto da região.

FENACOR COMEMORA 50 ANOS



O histórico e tradicional hotel Copacabana Palace abrigou a festa pelos 50 anos de fundação da Fenacor. Na ocasião, foram lançados um livro, que narra a trajetória da federação nessas cinco décadas, e um selo comemorativo, obliterado pelos Correios. O deputado federal Lucas Vergílio recebeu a comenda de mérito do cinquentenário representando todos os presidentes dos Sincor's. Outros homenageados foram os presidentes do Conselho da SuAmérica, Patrick Larragoiti; e do Conselho do Banco Bradesco, Luiz Carlos Trabuco Cappi; o ex-presidente da CNseg, João Elísio Ferraz; e o superintendente da Susep, Joaquim Mendanha de Ataídes.

ANSP TEM NOVOS ACADÊMICOS

A Academia Nacional de Seguros e Previdência (ANSP) deu posse a 27 novos acadêmicos. O presidente da Diretoria e Conselheiro no Conselho Superior da ANSP, João Marcelo dos Santos, lembrou que a Academia pessoas que se dedicam a pesquisa e debates para o aperfeiçoamento do setor e contribuem com a disseminação da cultura do seguro. “A ANSP faz 25 anos em 2018 e, ao longo deste tempo temos uma série de serviços prestados para o setor de seguros, com a produção e a divulgação de conhecimento”, resumiu. Os Acadêmicos poderão desenvolver novas produções intelectuais, podendo ampliar construtivamente questões relevantes do mercado segurador.

SINCOR-SP TEM PARCERIAS COM UNIVERSIDADES

Além de oferecer treinamentos exclusivos para os corretores de seguros com a Unisincor, o Sincor-SP também tem parcerias com diversas universidades e instituições de ensino espalhadas pelo Estado de São Paulo. Os descontos são de até 30% em educação infantil, ensino fundamental e mé-

dio, cursos de graduação, pós-graduação, línguas estrangeiras, além de treinamentos voltados para o mercado de seguros. O benefício é voltado aos corretores de seguros associados, mas também é extensível aos filhos e colaboradores de empresas associadas.

CVG-SP COMEMORA O SUCESSO DO MDRT DAY BRAZIL

Cerca de 400 pessoas participaram do MDRT Day Brazil, organizado pelo CVG-SP. O evento trouxe a experiência e orientações valiosas de membros do Million Dollar Round Table (MDRT), associação internacional independente com mais de 66 mil membros, que reúne os melhores corretores de seguro de vida e profissionais do mercado financeiro do mundo. Para ser um corretor de sucesso, o presidente do MDRT, Ross Vanderwolf, orientou a registrar tudo e a adotar métricas para avaliar o desempenho. Beto Boutet, embaixador do MDRT, motivou a plateia com frases como “I am a gladiator”. João Paulo Bottecchia, embaixador do MDRT para a América Latina, emocionou a todos com a sua história de vida. Caio Henrique Cunha e Tiago Melo, ambos representantes do MDRT Brasil, explicaram o passo a passo para se tornar membro da associação. Na última palestra do evento, Walter Katz, TOT of The Table MDRT, ensinou que é preciso escolher o público-alvo para ser bem-sucedido nas vendas. Para o presidente do CVG-SP, Silas Kasahaya, o evento atingiu o objetivo ao proporcionar mais especialização e preparação para as vendas aos profissionais.

NOVA PRESIDENTE DA AIDA WORLD TOMA POSSE EM CONGRESSO MUNDIAL

Peggy Sharon tomou posse durante o AIDA Rio 2018 que aconteceu entre os dias 11 e 13 de outubro, no Rio de Janeiro. Foi a primeira vez que o Congresso Mundial da Associação Internacional de Direito de Seguros aconteceu no Brasil. Realizado a cada quatro anos, o evento marca, tradicionalmente, o início de uma nova gestão na AIDA World. O Congresso recebeu cerca de 400 profissionais dedicados ao Direito de Seguros de todo o mundo, incluindo países como Alemanha, Espanha, Inglaterra, Itália, Grécia, Holanda, China, Japão, Turquia, Israel, África do Sul, Chile, México, Colômbia, Uruguai, Argentina, Bolívia e Austrália.



DESTAQUES DO ANO DO CVG-RJ REÚNE 300 PESSOAS NO MUSEU DO AMANHÃ



O Museu do Amanhã foi palco da premiação tradicionalmente conhecida como “Oscar do Seguro”, promovida pelo Clube Vida em Grupo do Rio de Janeiro (CVG-RJ) que agraciou, em sua 42ª edição, 13 empresas e profissionais do mercado de Seguros de Pessoas. O evento reuniu cerca de 300 pessoas. O presidente do Clube, Carlos Ivo Gonçalves, fez questão de dividir o palco, durante o seu discurso de abertura, com a sua diretoria, composta por Leila Nogueira (vice-presidente), Alexandre Henry (diretor social), Delmar Pereira (diretor financeiro) e Sonia Marra (assessora da presidência). Ele afirmou que a entidade pretende iniciar uma nova fase de eventos técnicos, cada vez mais aprofundados e específicos, propiciando ao mercado discussões relevantes sobre o que o futuro reserva. Entre os vencedores da noite o destaque entre as companhias da noite foi a Icatu Seguros, eleita como Seguradora do Ano. O Homem de Seguros do Ano foi o presidente do Conselho de Administração da Mongeral Aegon, Nilton Molina. Já a Mulher de Seguros do Ano, foi a diretora técnica e de relacionamento com os clientes Saúde e Odonto da SulAmérica, Raquel Giglio. A cerimônia contou com a presença de lideranças como Marcio Coriolano, presidente da CNseg; Solange Beatriz Palheiro Mendes, presidente da FenaSaúde; Luiz Philipe Baeta Neves, presidente da Aconsegr-RJ; Jayme Torres, presidente do Clube dos Corretores de Seguros do Rio de Janeiro (CCS-RJ), acompanhado do diretor, Amilcar Vianna; Osmar Bertacini, presidente da APTS; Antonio Santa Catarina, presidente do CVG-ES; Silas Kasahaya, presidente do CVG-SP; e Marcia Simplicio, presidente do Sosai, entre outras.

CSP-MG PARTICIPA DA FORMATURA DE NOVOS CORRETORES DE SEGUROS

No início de outubro, a diretoria do Clube de Seguros de Pessoas de Minas Gerais (CSP-MG) acompanhou a entrega do diploma de 23 novos técnicos que receberam os certificados pela aprovação no exame de habilitação de corretores de seguros (foto). Eles fizeram o curso ministrado pela Escola Nacional de Seguros. João Paulo Moreira de Mello, presidente do CSP-MG, também professor no curso, saudou os recém-formados. “É uma grande satisfação participar deste momento tão importante na vida dos novos



Novos corretores de seguros receberam certificados em BH

profissionais que ingressam no mercado. Desejamos sucesso na carreira e que possam con-

tar com o Clube para continuar aperfeiçoando seus conhecimentos e atividades”.

NOVA DIRETORIA DO CCS-SP TOMA POSSE

A cerimônia de posse da nova diretoria do Clube dos Corretores de Seguros de São Paulo (CCS-SP) para o biênio 2018/2020 aconteceu no início de outubro. Evaldir Barboza de Paula, secretário nas duas últimas gestões, assumiu o posto de mentor da entidade, juntamente com o novo secretário

Nilson Arello Barbosa, que já ocupou a mentoria nas gestões entre 2008 e 2012; e com o tesoureiro Jorge Teixeira Barbosa, que na diretoria anterior atuou na Junta Fiscalizadora. Ivone Elise Gonoretske permanece na Junta Fiscalizadora ao lado de dois novos membros: Raquel Gomes e Nilson

Moraes. Mestre de cerimônia do evento, Marcos Abarca, 1º secretário do Sincor-SP, conduziu as homenagens da nova diretoria ao mentor Adevaldo Calegari, que encerrou a sua segunda gestão e passa a compor o Conselho de Mentores; e à Luciana Ferreira, que atuou na diretoria desde 2012 e agora se despede do cargo. Barboza entregou uma placa a Calegari, agradecendo a parceria nos últimos cinco anos. “Centrado, carismático e respeitado pelo legado deixado ao longo de sua vida profissional. Agradeço o apoio e a oportunidade. Se cheguei até aqui, em muito você me ajudou e me acolheu. Serei seu eterno fã”, disse. Ele também entregou uma placa à Luciana Ferreira e agradeceu sua dedicação e comprometimento. “Graças a ela, revisamos algumas situações financeiras e o Clube se tornou viável”.



HENRIQUE BRANDÃO É REELEITO PARA O SINCOR-RJ

O Presidente do Sindicato dos Corretores de Seguros do Estado do Rio de Janeiro concorreu as eleições e foi reeleito para atuar nos próximos quatro anos. Em um total de 550, tendo dois nulos, a chapa 1 gerida por Henrique Brandão (foto) recebeu 285 votos válidos, enquanto a Chapa 2, liderada por Jayme Torres, obteve 255 votos. A diretoria reeleita reitera o compromisso em investir em qualificação profissional, aprendizado e em melhorias em prol da categoria é a mola propulsora do trabalho do sindicato. Palestras, cursos, debates e encontros constam como destaque na agenda de eventos, tendo como premissa o foco nas tendências que estão

em ascensão não só na tecnologia, mas em todo plano de negócios ligados ao setor. O processo de inovação com cursos voltados para os funcionários das corretoras e para os filhos dos corretores de seguros, os planos de ação das delegacias sindicais, a gestão em atendimento ao associado e a expansão no canal de relacionamento entre os corretores, as sociedades corretoras com as seguradoras e empresas prestadoras de serviços que agregam para



o mercado, a organização de encontros que aproximam a categoria das seguradoras, são um marco nas parcerias estratégicas do Sincor-RJ entre seu staff e os executivos das companhias de seguros.

Conheça os Planos Empresariais da Ameplan Saúde!



**E mais: Plano Odontológico sem carência.
Descontos na Drogaria São Paulo e Drogasil.**

AMEPLAN
Saúde

Empresa especializada em cuidar da saúde das empresas.

- ✓ 4 Hospitais Referenciados
- ✓ Ampla Rede Credenciada.

Zona Sul

Zona Leste

Zona Norte

Zona Oeste

ANS 319.473-4



Tel.: 3321-9744



WhatsApp: 99849-3547

FENASAÚDE APRESENTA PROPOSTAS para fortalecer o setor

Entre as sugestões da entidade, a valorização do médico de família

Sueli dos Santos

Durante o 4º Fórum de Saúde Suplementar, a Federação Nacional de Saúde Suplementar (FenaSaúde), entidade que representa 17 grupos de operadores de planos privados de saúde, apresentou 11 propostas para o fortalecimento e desenvolvimento do setor em 2019. Uma das principais sugestões é a adoção de um modelo de atendimento baseado na atenção básica.

O ramo de saúde suplementar busca alternativas que possam controlar os custos dos sistemas que aumentam por diversas razões. A conta que não fecha, a redução no número de usuários, fraudes e desperdícios são alguns dos problemas enfrentados pelo setor que busca alternativas. De 2008 a 2017, a inflação acumulada medida pelo Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA) foi de 71,5%, enquanto a despesa assistencial na saúde suplementar teve uma alta de 169,5%. Tais custos estariam entre as causas para o crescimento frequente dos valores das mensalidades dos planos de saúde acima da inflação.

De acordo com a entidade, os planos atuais ficam caros porque os usuários têm livre acesso a médicos especialistas e isso não

promove a saúde. “Está comprovado que a fragmentação do cuidado gera desperdício e não necessariamente promove o melhor cuidado em saúde. Hoje os especialistas convivem de forma não coordenada e o exemplo clássico é que você vai em médicos que podem receitar medicações que são conflitantes entre si”, destacou presidente da FenaSaúde, Solange Beatriz.

Segundo ela, um novo modelo permitiria um maior cuidado preventivo e um uso mais racional dos recursos.

Durante o fórum, que aconteceu em outubro, no Rio de Janeiro, a entidade também lançou uma publicação intitulada “Desafios da saúde suplementar 2019”, que além de propostas, traz um panorama do setor. De acordo com dados da Agência Nacional de Saúde Suplementar (ANS) e que estão publicados na publicação, atualmente 47,2 milhões de pessoas no Brasil são beneficiárias de planos de saúde de assistência médica e 23,5 milhões têm planos exclusivamente odontológicos.

Outras mudanças

A FenaSaúde defende mudanças no marco regulatório do setor, para que sejam estabelecidos padrões de atendimento



“Fragmentação do cuidado gera desperdício”

e qualidade, mecanismos de transparência e dever de prestação de informações financeiras não apenas para as operadoras dos planos, mas também para os hospitais, clínicas e demais prestadores dos serviços.

Entre as propostas estão a criação de novas regras de precificação e reajuste, incorporação de novas tecnologias, combate a fraudes a partir da tipificação de crimes, mudança do modelo de remuneração dos profissionais, criação de produtos de previdência e poupança vinculados à saúde e aperfeiçoamento da regulamentação dos mecanismos de regulação financeira como franquia e coparticipação.



brokertech
CORRETOR DIGITAL

BROKERTECH: A PLATAFORMA DE SOLUÇÕES DIGITAIS PARA O SEU NEGÓCIO.

A TOKIO MARINE DESENVOLVEU A PLATAFORMA DE CAPACITAÇÃO **BROKERTECH** PARA QUE VOCÊ, CORRETOR, ESTEJA CADA VEZ MAIS INCLUÍDO NO MUNDO DIGITAL. EMPREENDEDORISMO DIGITAL, VENDAS NO FOCO, MARKETING DIGITAL E GESTÃO EFICIENTE SÃO OS PILARES PARA QUE VOCÊ CONTINUE CRESCENDO E SE DESENVOLVENDO. EMBARQUE COM A GENTE NESTE MOVIMENTO.

ACESSE [BROKERTECH.TOKIOMARINE.COM.BR](https://brokertech.tokiomarine.com.br) E SAIBA MAIS.

JUNTOS SOMOS DIGITAIS.

f /TokioMarineSeguradora
@tokiomarine_cor
tokiomarine.com.br

Uma Seguradora
completa pra
você ir mais longe.



**TOKIO MARINE
SEGURADORA**

NOSSA TRANSPARÊNCIA, SUA CONFIANÇA

Oi, quer saber um segredo? Planejamento financeiro não é tão complicado assim.

Os produtos **Vida, Previdência e Investimentos** estão de cara nova para ajudar você, Corretor, a mostrar ao seu cliente, que a melhor maneira de viver intensamente o presente é não precisar se preocupar com o futuro financeiro. Por isso, apresentamos soluções diferentes para cada momento de vida e necessidade dos seus clientes, garantindo mais tranquilidade no amanhã para aproveitar hoje ao máximo.

Conheça as nossas soluções:

*Seguros
de vida*

*Seguros
de viagem*

Previdência

Investimentos

Viva hoje. Amanhã é com a gente.



**PORTO
SEGURO**