

REVISTA DA **ACONSEG** RJ



ACONSEG-RJ APOSTA NA EDUCAÇÃO CORPORATIVA



fator seguradora

SEJA UM PARCEIRO DA FATOR

e aproveite todas as facilidades do Portal do Corretor

Faça cotações e emita apólices de Responsabilidade Civil Profissional (E&O), tudo em um só lugar. Você fecha negócios de maneira ainda mais rápida, ágil e com mais liberdade de escolhas.

Venda o seguro que cobre o maior número de profissões no mercado, com possibilidade de contratação de até R\$ 5 milhões!

E TEM MAIS NOVIDADE A CAMINHO!

Venda com a gente e ganhe sempre mais! Fique de olho nas facilidades que lançaremos em breve.

portal.fatorseguradora.com.br



ATIVIDADES COBERTAS PELO SEGURO E&O DA FATOR SEGURADORA:

- Administradores imobiliários
 - Agências de publicidade e propaganda
 - Agências de turismo
 - Consultorias
 - Contadores
 - Designers gráficos
 - Editoras gráficas
 - Empresas de tecnologia
 - Empresas de vídeo e filmagem
 - Empresas de mídia
- Segurança do trabalho
 - Tradutores
 - Engenheiros e arquitetos
 - Escritórios de advocacia
 - Farmácias
 - Organizador de conferências
 - Paisagista
 - Pesquisa de mercado e relações públicas
 - Produtoras
 - Recrutamento e seleção
- Riscos médicos (ambulatorios, clínicas médicas, clínicas odontológicas, centro de diagnóstico, hospital geral, laboratórios, maternidades, pronto socorro)
 - Riscos veterinários (clínicas, creches, centro de diagnóstico, hospitais, hotéis, laboratórios, lojas, pronto-socorro)



FATOR SEGURADORA, MUITO MAIS QUE GARANTIA!

PALAVRA DO PRESIDENTE

Dever de casa

Começamos 2019 cheios de fôlego. Esta edição, que marca o início do sexto ano da Revista da Aconseg-RJ, traz todos os detalhes sobre uma iniciativa da entidade que tem sido motivo de grande orgulho para todos nós: a criação da Universidade Aconseg.

Dando mais um passo na direção do que acreditamos ser o que há de mais importante para o crescimento do setor, apostamos nossas fichas na educação corporativa. Na matéria especial sobre o tema, veremos que essa é uma tendência crescente entre as empresas no Brasil, e que as maiores seguradoras já possuem as suas universidades ou estruturas similares.

Sob o ponto de vista das assessorias de seguros, existe uma lacuna de capacitação, já que esse modelo de negócios conta com profissionais que desempenham funções específicas, como a dos inspetores de produção, por exemplo.

Vislumbramos a oportunidade de contribuir para o desenvolvimento desses colaboradores, potencializando o seu desempenho nos negócios, e a agarramos imediatamente. Afinal, esse é o nosso papel fundamental como associação.

O que começou como um embrião em 2016, com os cursos promovidos pela Aconseg-RJ em parceria com a IndoRH, agora começa a caminhar com as suas próprias pernas - e temos certeza de que será uma trajetória de sucesso.

Uma das características da universidade será a realização tanto de treinamentos presenciais como a distância, online, aumentando nossas fronteiras para além do Estado do Rio de Janeiro. As possibilidades são inúmeras e estamos prontos para evoluir. Boa leitura!

Luiz Philipe Baeta Neves

Presidente da Aconseg-RJ

DIRETORIA EXECUTIVA

Presidente: Luiz Philipe Baeta Neves – Baeta & Associados
1º Secretário: Joffre Nolasco – Rapport Seguros
2º Secretário – Renato Rocha – Nova Fortaleza
1º Tesoureiro – Mário Roberto Santos - TEA
2º Tesoureiro – Rogério Soucasaux – CP Gomes

EMPRESAS ASSOCIADAS À ACONSEG

Baeta Assessoria
Borny Assessoria
Central Distribuidora Adm. e Corretora de Seguros
Chase Empresarial
CP Gomes Assessoria
Nova Four Assessoria de Seguros
Guarda Adm. e Consultoria de Seguros
Império Assessoria e Planejamento de Seguros
LFA Assessoria de Seguros
Link Consultoria de Seguros
Nova Assessoria
Nova Fortaleza Assessoria
Paper Assessoria de Seguros
Plataforma Assessoria de Seguros
Preseg Barra Serviços de Apoio Securitário
Rapport Seguros
Senra & Associados
Serra Penedo
TEA Assessoria e Consultoria de Seguros

SUMÁRIO

Especial: Ensino corporativo.....	4
Novos líderes nas Federações.....	12
Painel.....	14
Bradesco Saúde recebe Acreditação da ANS.....	18
Acelera Aconseg-RJ 2019.....	19
Mulheres nas assessorias.....	20
Artigo: Gloria Faria.....	22
Painel.....	23
HDI aposta na disrupção.....	24
ENS tem novo diretor geral.....	26
Tecnologia.....	28
Sompo expande programa de incentivo.....	30
A importância das Ouvidorias.....	32
Tokio Marine: resultado histórico.....	34



A Revista da Aconseg-RJ é uma publicação da Associação das Empresas de Assessoria e Consultoria do Estado do Rio de Janeiro.

Conselho Editorial: Presidente, Luiz Philipe Baeta Neves; 1º Secretário, Joffre Nolasco; 2º Secretário, Renato Rocha; 1º Tesoureiro, Mário Roberto Santos; 2º Tesoureiro, Rogério Soucasaux

Expediente

Edição: VTN Comunicação Ltda.
Jornalista Responsável: Vania Absalão (MTB 13.702)
Redação: Laís Muniz e assessorias de imprensa das seguradoras
Diagramação: Sylvio Marinho
Fotos: Divulgação das seguradoras e entrevistados
Endereço: Av. Rio Branco, nº 245, 33º andar – Sala 3301. CEP: 20.040-009 – Rio de Janeiro/RJ. Tel: (21) 2215-6074/5167; e-mail: contato@vtncomunicacao.com.br; site: www.vtncomunicacao.com.br. Impressão: WalPrint Gráfica e Editora | Tiragem: 1.000 exemplares | Periodicidade: Trimestral | Distribuição: gratuita

O mundo gira cada vez mais depressa e a concorrência nos negócios acompanha esse ritmo: dentro do ambiente de trabalho, é preciso se renovar constantemente para não ficar para trás. Quando o assunto é desenvolvimento profissional, a educação corporativa é uma importante aliada – e comprovadamente uma tendência global. Neste especial, tudo sobre a recém-criada Universidade Aconsef e outras iniciativas do mercado nessa área em ascensão.

Caderno Especial

28% das empresas possuem universidade corporativa

1/4 das que não possuem têm interesse em desenvolver

Investimento médio em educação é de apenas 0,47% do faturamento anual

67% dos cursos oferecidos a colaboradores são presenciais e 33% são à distância

Fonte: Deloitte

EDUCAÇÃO CORPORATIVA

O mercado brasileiro de formação executiva está em alta. Um estudo chamado “Educação Corporativa no Brasil”, desenvolvido pela Deloitte, mostra que, há pelo menos três anos, 28% das empresas já possuíam a sua própria universidade corporativa, e entre as 72% que não possuíam, mais de um quarto demonstrou interesse em desenvolver esse tipo de estrutura.

A pesquisa feita com 126 empresas deixa claro que a educação corporativa entrou no radar de empresas de diferentes portes em todo o país. Outro dado curioso é que, entre as empresas que investem em educação corporativa, a média de investimento é de 0,47% do faturamento anual – ou seja, um número bem baixo considerando os bons resultados que podem gerar.

A educação à distância também apareceu como forte tendência, principalmente no formato de plataformas móveis e *games*. Entre os investimentos apontados pelas empresas, 67% seriam destinados às iniciativas de educação presencial e 33%, à distância.

Quando o assunto é conteúdo, as *hard skills*, competências técnicas e específicas para a realização de um determinado trabalho, são as mais colocadas em prática – elas foram apontadas por 58% das empresas. Os profissionais que mais recebem treinamentos estão, normalmente, em cargos de gerência (48%) e coordenação (42%).

Foi atenta a essa tendência que a Aconsef-RJ fundou, este ano, a Universidade Corporativa Aconsef, voltada ao desenvolvimento humano e empresarial por meio da capacitação profissional.



Luiz Philipe Baeta Neves,
reitor da Universidade Aconsef
e presidente da Aconsef-RJ

Apesar de diversas seguradoras terem as suas próprias iniciativas nessa área, a instituição identificou um nicho ainda pouco contemplado: justamente os profissionais que atuam nas assessorias de seguros.

Considerando que o papel de uma assessoria de seguros é ser a interface facilitadora entre o segurador e o corretor de seguros – e que isso é extremamente importante para que o corretor exerça o seu papel efetivo de levar a proteção ao consumidor –, observou-se a necessidade de oferecer aos *stakeholders* treinamentos com alto nível de personalização, para refletir as políticas, estratégias e objetivos empresariais.

Em parceria com o Instituto de Desenvolvimento Organizacional e Humano (IndoRH), a organização traz então, ao mercado de seguros, uma série de cursos, presenciais e online, para corretores e outros profissionais que atuam ou desejam atuar no setor.

“Um treinamento exclusivo, com foco nas diretrizes organizacionais, elimina diversos investimentos externos e tem uma eficácia melhor, além de oferecer agilidade na absorção de aprendizagem e formação do pessoal envolvido”, afirma o reitor da nova universidade, Luiz Philipe Baeta Neves, atual presidente da Aconsef-RJ.

Em fevereiro de 2019, o primeiro cur-



so da instituição inovou ao oferecer formação específica para Inspectores de Produção. No mesmo mês, foram abertas as matrículas para os cursos online, que poderão ser realizados por profissionais de todo o Brasil. Os alunos aprovados receberão um certificado de conclusão.

Os cursos com inscrições abertas são: Introdução ao Mercado de Seguros para Iniciantes, Básico de Seguros, Seguro Saúde Complementar, Seguro de Vida, Acidentes Pessoais, Seguro de Automóvel, Liderança e Gestão de Equipes, Gestão de Corretores de Seguros e Português Comercial – Redação Comercial. A lista completa está disponível em www.universidadeaconseg.com.

“Estamos trabalhando de forma estratégica para o desenvolvimento da educação dos funcionários das assessorias e das corretoras, preparando-os para um cenário cada dia mais dinâmico, competitivo e tecnológico”, garante o executivo.

A iniciativa é uma evolução do trabalho iniciado em 2016, quando a Aconsef-RJ passou a oferecer cursos a preços extremamente vantajosos. Após o reconhecimento da qualidade das aulas e da capacidade de traduzir em linguagem simples, dinâmica e interativa os conteúdos a serem assimilados, chegou a hora de levar o investimento em ensino a outro patamar.

“O Brasil tem um dos mais baixos percentuais de participação no PIB. O mercado brasileiro tem muito espaço para crescer em todos os ramos de seguros. Estamos preparando os profissionais para este salto que virá nos próximos anos”, diz Baeta Neves, e garante: “vamos tornar a Aconsef-RJ cada vez mais atuante e participativa na evolução do setor”.

OS PARCEIROS APROVAM

Líderes de seguradoras parceiras fizeram questão de registrar os cumprimentos à diretoria da Aconsef-RJ pela ação pioneira de criar a sua própria universidade corporativa. O presidente da Tokio Marine, José Adalberto Ferrara, afirmou que “iniciativas como esta colaboram sobremaneira com o crescimento da indústria de seguros no Brasil”.

Para o vice-presidente comercial da SulAmérica, André Lauzana, trata-se de um “marco histórico para o mercado segurador”, enquanto o diretor-executivo da Bradesco Seguros, Leonardo de Freitas, acredita que a nova instituição poderá contribuir para transformar o corretor no multirramo.

Antonio Carlos Melo Costa, da HDI Seguros, classifica a criação da Universidade Aconsef como uma demonstração do quanto as assessorias estão preocupadas com o desenvolvimento dos corretores de seguros e, consequentemente, com o mercado. “Iniciativa alinhada com o atual momento de mudanças aceleradas, que requer profissionais 100% atualizados”, elogiou.

Já Marcelo Dias dos Santos, gerente da filial RJ da Sampo Seguros, afirmou ser “fantástico ver a evolução da Aconsef-RJ nessa nova gestão”, agradecendo por mais uma atividade positiva, que tornará os projetos mais fáceis de serem executados. “Com a Universidade Corporativa, a Aconsef vai desenvolver e aprimorar muitos profissionais de seguros”, finalizou.

Robson Tricarico, da Suhai Seguradora, também parabenizou a entidade pela “excelente e criativa iniciativa”. “O mercado segurador só tem a ganhar com isso”, manifestou-se ainda Leila Nogueira, da Amil, desejando sucesso nesse movimento em prol da evolução do setor e dos profissionais que nele atuam.

Segundo Baeta Neves, “isso demonstra não só que a iniciativa da Aconsef-RJ foi acertada, como conta com o apoio de todas as partes envolvidas nas operações realizadas pelas assessorias”.

“O mercado brasileiro tem muito espaço para crescer em todos os ramos de seguros. Estamos preparando os profissionais para este salto que virá nos próximos anos”

EDUCAÇÃO CORPORATIVA

ENSINO SUPERIOR X EDUCAÇÃO CORPORATIVA

Quanto custa um profissional despreparado para a sua organização? É melhor perder, após algum tempo, um profissional bem treinado ou ficar para sempre com um péssimo profissional? Essas são as duas perguntas que o professor Wagner Attina, decano da Universidade Aconse, coloca em pauta quando o assunto é a importância da educação corporativa.

“O treinamento corporativo é uma tendência muito forte: a universidade tradicional forma generalistas após anos de aprendizagem, o que, por vezes, vai de encontro aos anseios das corporações. Já o ensino corporativo foca nas habilidades, conhecimentos e atitudes que se deseja potencializar”, compara.

De acordo com Attina, o ensino superior tem papel fundamental na formação dos profissionais do mercado, pois, além de conhecimento acadêmico, cria um ambiente desenvolvedor de valores éticos e morais. Já a universidade corporativa tem em seu radar exclusivamente o ambiente de negócios a que está direcionada, potencializando o desempenho dos colaboradores nas funções que eles executam. “Existe um complemento e uma simbiose entre as duas”, opina.

A vantagem da universidade corporativa para o profissional que já atua no mercado seria a aquisição e atualização de conhecimentos indispensáveis para atuação na área, contando com a ajuda da própria instituição. “Há uma convergência de interesses entre a corporação e os colaboradores, criando um ambien-

te focado em resultados”, avalia Attina.

Ele afirma ainda que, em ambos os casos, o grande desafio atualmente é criar o chamado Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA), ou seja, conseguir internalizar conhecimento por meio virtual. Sintonizadas com essa realidade foi que a Aconse-RJ e a IndoRH incluíram, no escopo da Universidade Aconse, os cursos à distância.

Já em relação às áreas com maior demanda, o decano identifica os fundamentos do seguro, os termos técnicos do “segurês” e ramos como Automóvel, Responsabilidade Civil, Seguro Saúde, Vida e Acidentes Pessoais, além de temas voltados à gestão de equipes, liderança e área financeira.



Wagner Attina, decano da Universidade Aconse

“O ensino corporativo foca nas habilidades, conhecimentos e atitudes que se deseja potencializar”

Wagner Attina



MERCADO DE SEGUROS DA EXEMPLO

Se, por um lado, ainda falta capacitação no mercado de seguros, as seguradoras já correm atrás desse prejuízo há algum tempo. A Tokio Marine é uma das que surfa a onda da educação corporativa. Chamada Tokio Saber, a universidade da companhia acaba de ser reformulada, como conta a Superintendente de Recursos Humanos Juliana Zan. “Com os cursos, os colaboradores têm a oportunidade de aprimorar suas capacidades técnicas, comportamentais e aumentar a produtividade, assegurando a qualidade na entrega dos serviços da seguradora”, avalia.

A universidade da Tokio Marine oferece mais de 120 cursos online, e tem 35 diferentes temas programados para 2019, agora divididos em nove escolas de negócios, como a Escola de Carreira e Performance, a Escola de Líderes e a Escola de Inovação, por exemplo. Juliana acredita que essa segmentação “vai facilitar o planejamento e o desenvolvimento dos colaboradores, pois eles terão uma visão mais ampla de cada conteúdo e poderão escolher o foco de acordo com suas necessidades”.

Já na UniverSAS, Universidade Corporativa da SulAmérica, alguns temas que podem virar treinamentos em 2019 são Economia Colaborativa, User Experience e Metodologias Ágeis, entre outros. A vice-presidente de Recursos Humanos e Sustentabili-



Juliana Zan, Superintendente de Recursos Humanos da Tokio Marine

dade da companhia, Patricia Coimbra, destaca que “o ensino corporativo tende a captar a essência do tempo em que vivemos, por isso, tem incorporado temas como sustentabilidade, *compliance*, inteligência emocional, gestão de processos e liderança. Para desenvolver a capacidade de integração e inovação, é necessário oferecer novas formas de treinamento”.

A instituição existe dentro da SulAmérica desde 2005 e foi revitalizada há quatro anos. Nesse período, 85% dos mais de 5 mil colaboradores da companhia participaram de cursos, que somaram mais de 227 mil horas de treinamento. Hoje, há um mix entre cursos presenciais e online, o que vem refletindo positivamente

EDUCAÇÃO CORPORATIVA



Patricia Coimbra, vice-presidente de Recursos Humanos e Sustentabilidade da SulAmérica

nas pesquisas internas de satisfação.

Para Patricia, a educação continuada fortalece não só uma cultura organizacional aberta à inovação, como também faz com que os colaboradores se sintam parte importante no crescimento da seguradora. Ela conta que uma das maiores demandas é pela capacitação de lideranças, já que são elas as principais responsáveis pela disseminação dos valores dentro das empresas.

Na Bradesco Seguros, a iniciativa na área de educação corporativa se estende não só aos colaboradores internos, mas também a corretores e demais parceiros comerciais. “Sem dúvida, as áreas com maior demanda de

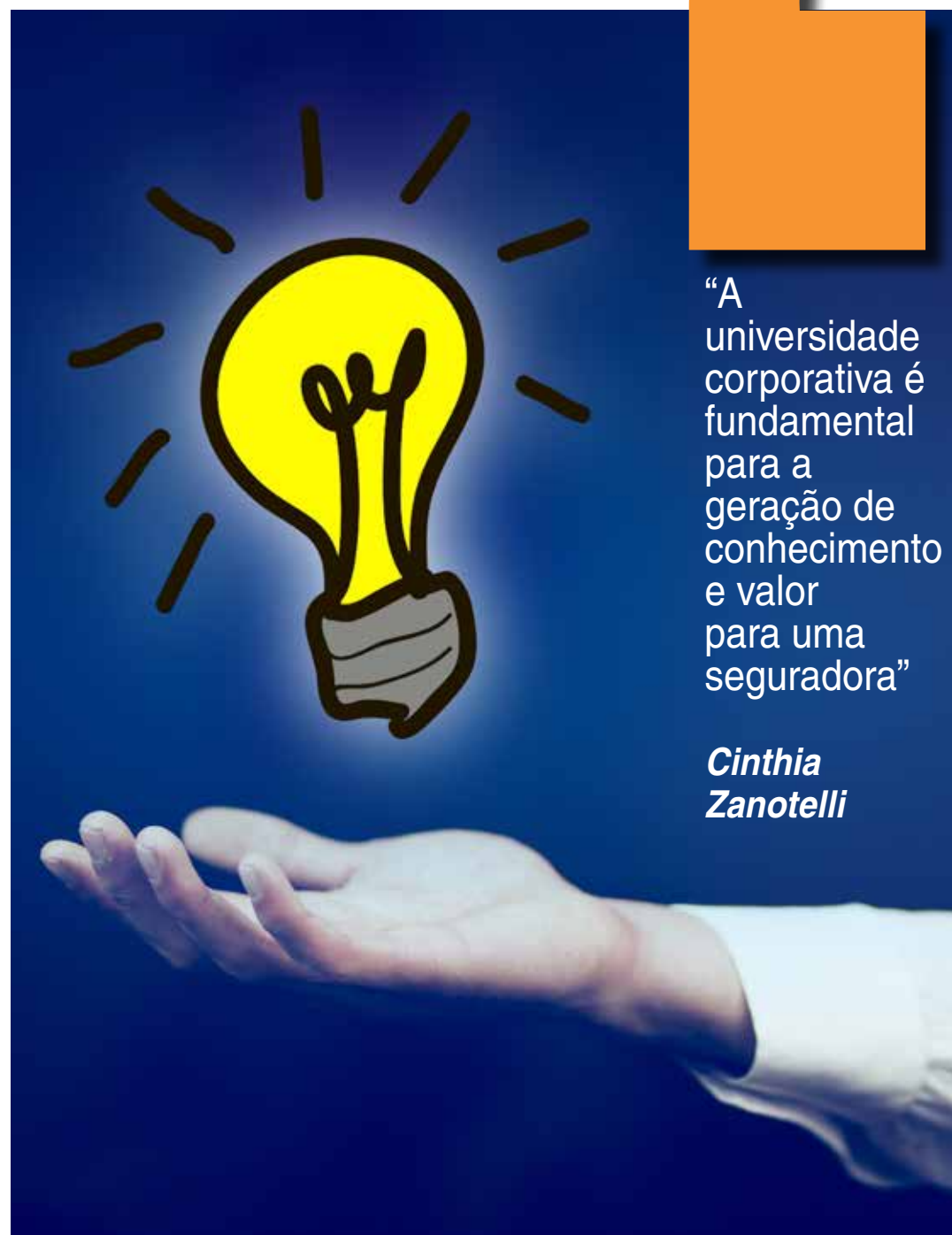


Juliano Marcílio, diretor de Recursos Humanos do Grupo Bradesco Seguros

capacitação são as que se referem ao treinamento dos corretores de seguros frente às novas tecnologias. Eles precisam estar atentos ao novo comportamento do consumidor para aumentar a sua produtividade”, avalia o diretor de Recursos Humanos do Grupo, Juliano Marcílio.

Enquanto a organização Bradesco tem uma universidade, a Unibrad, a seguradora promove capacitação por meio do UniverSeg, um programa de gestão de conhecimento focado no desenvolvimento técnico e pessoal.

“Desde a sua criação, há 15 anos, o UniverSeg contabilizou mais de 1,7 milhão de participantes, sendo 1,2 milhão em cursos presenciais e 534 mil por ca-



“A universidade corporativa é fundamental para a geração de conhecimento e valor para uma seguradora”

Cynthia Zanotelli



Cynthia Zanotelli, gerente de Gestão de Talentos da Seguradora Líder

nais online”, informa o executivo.

Os cursos oferecidos pelo UniverSeg são divididos em três pilares: os com foco nos produtos comercializados, como Auto e Ramos Elementares, Saúde, Previdência Privada e Capitalização; os sobre Teoria Geral do Seguro e desenvolvimento de lideranças, destacando os de Coaching, Desenvolvimento Profissional e Teoria e Prática de Negociação; e os voltados a habilidades específicas, como Informática, Matemática Financeira e Comunicação Escrita.

A multidisciplinaridade também foi uma aposta da Seguradora Líder ao criar, mais recentemente, em 2016, a sua UniLíder, com o objetivo de nivelar conhecimento em toda a compa-

nhia e parceiros externos - Correios e seguradoras consorciadas - sobre o funcionamento do Seguro DPVAT e tendências do mercado de trabalho.

“A universidade corporativa é fundamental para a geração de conhecimento e valor para a seguradora. Na UniLíder, possibilitamos que todos façam parte do processo de escolha dos cursos e dimensões do conhecimento disponíveis. Além disso, o projeto conta com uma plataforma online de cursos virtuais, que permite o aumento no número de pessoas alcançadas e a otimização dos recursos financeiros da empresa”, comenta a gerente de Gestão de Talentos da Seguradora Líder, Cynthia Zanotelli.

No total, são mais de 33 cursos, divididos de acordo com o público-alvo e abordando temas que fazem parte do trabalho realizado, como combate às fraudes e segurança da informação. Os treinamentos para colaboradores estão classificados em quatro dimensões, desde os básicos, para novos funcionários, até os voltados à gestão de pessoas, para lideranças. “Além disso, existem trilhas de conhecimento específicas, contemplando treinamentos obrigatórios relativos ao Seguro DPVAT, para parceiros na regulação de sinistros”, acrescenta Cinthia.

No ano passado, a UniLíder inovou ao criar um sistema de “gamificação” no qual cada curso concluído vale pontos e é possível colecionar os chamados *badges*. O objetivo é estimular o engajamento e a motivação para o desenvolvimento dos empregados por meio de desafios na plataforma, fortalecendo o protagonismo e a autonomia de todos os envolvidos na universidade corporativa.

FEDERAÇÕES DO SETOR LISTAM PRIORIDADES EM 2019

Início do ano foi marcado por mudanças de gestão nas entidades que integram a CNseg

O ano de 2019 começou com eleições para a gestão das Federações que integram a Confederação das Seguradoras (CNseg): FenSeg, FenaPrevi, FenaSaúde e FenaCap. Os novos líderes, que ficarão à frente das entidades até 2022, compartilharam as suas expectativas e metas para os segmentos de Seguros, Previdência Privada Complementar Aberta e Vida, Saúde Suplementar e Capitalização.



ANTONIO TRINDADE

FenSeg

Antonio Trindade (Chubb) sucede João Francisco Borges da Costa na presidência da Federação Nacional de Seguros Gerais (FenSeg). “A FenSeg acredita na recuperação gradativa da atividade econômica, apoiada em taxas

de câmbio e Selic estáveis, e na reconquista de postos de trabalho. Esse cenário beneficia o segmento de seguros gerais, considerando uma previsão de crescimento do PIB de 2,5% este ano”, explica Trindade.

Segundo o executivo, a entidade vai manter a linha de gestão dos presidentes anteriores, destacando as seguintes prioridades para este ano: combate à atividade irregular de comercialização de seguros; desenvolvimento dos seguros relacionados à infraestrutura, concessões e privatizações, como os seguros de garantia de obrigações contratuais, patrimoniais e riscos de engenharia; e incentivo ao ramo Automóvel, principal carteira de seguros gerais, no desenvolvimento de novos produtos como o Auto Popular e seguros intermitentes.



JORGE NASSER

FenaPrevi

Jorge Nasser (Bradesco Vida e Previdência) ocupa o assento até então ocu-

pado por Edson Franco (Zurich Brasil), que passa a vice-presidente da entidade. O setor representado pela FenaPrevi administra R\$ 836 bilhões em reservas de planos de previdência privada aberta e R\$ 41,4 bilhões em prêmios de seguros para proteção contra riscos pessoais.

De acordo com Nasser, a ênfase será na modernização do setor. “Vamos continuar trabalhando para inovar o portfólio de produtos, potencializando atuais e novos canais de distribuição, antecipar tendências e garantir uma oferta que atenda às necessidades dos consumidores”, diz o executivo. “Neste momento em que o país entra em um novo ciclo de desenvolvimento, precisamos retomar uma agenda positiva para aperfeiçoamento do arcabouço regulatório e tributário do setor”, complementa.

Outra prioridade será apoiar as discussões em torno da reforma da Previdência. A FenaPrevi, em conjunto com a Fipe, CNseg, Abrapp e ICSS, apresentou à equipe econômica do novo governo a proposta “Uma Nova Previdência para Novos Trabalhadores”. O projeto é coordenado pelo professor Sênior da FEA/USP, Hélio Zylberstajn, e traz opções e sugestões que podem ser definitivas para a Previdência brasileira, com substituição progressiva do antigo modelo por um novo, que tornará o sistema previdenciário financeiramente sustentável a longo prazo.

É uma proposta socialmente justa, já que trata de uma Nova Previdência para todos. “Esperamos contribuir para que o governo construa uma proposta firme e aderente à realidade atual brasileira. Não discutimos se é preciso reformar o sistema da Previdência Social, e sim quando conseguiremos aprovar as reformas possíveis para virarmos a primeira página do livro de soluções para um futuro melhor para todos brasileiros”, afirma Nasser.



JOÃO ALCEU DE LIMA

FenaSaúde

João Alceu de Amoroso Lima (Notre Dame Intermédica Saúde) assume a vaga de Solange Beatriz Palheiro Mendes. Com 30 anos de experiência em seguros, sendo 22 em Saúde, ele destaca o trabalho realizado na gestão da presidente anterior.

“Há quinze anos, eu era diretor de Saúde da Fenaseg e fui substituído pela Solange. Agora ela me passa o bastão aqui, outra vez, para a FenaSaúde. A Solange construiu uma credibilidade nesses três anos à frente da Federação que, com esse trabalho isento, técnico e com todo o material produzido ao longo dos últimos anos, tornou-se uma referência para consultas técnicas, a partir das posições assumidas diante de discussões com reguladores e com a Justiça”, ressalta o novo líder.

Ambos concordam que os desafios enfrentados pela Saúde Suplementar devem permanecer os mesmos ao longo de 2019, como: a escalada dos custos; a mudança

do perfil epidemiológico; o envelhecimento da população; o aumento da judicialização; e a pressão da renda para capacidade de compra de serviços médicos.

“Em analogia a um time de futebol, encontrar soluções para os desafios, na verdade, são os ‘gols’ que queremos fazer para dar continuidade ao crescimento do mercado. Mas um trabalho brilhante que a FenaSaúde realiza e que nem sempre é percebido é o trabalho de defesa. Sempre que surge um projeto de lei, uma proposta de regulação ou algo novo que interfira no setor, a Federação entra com pareceres, estudos e especialistas para dar suporte à defesa de um ponto que sustente e desenvolva o segmento”, aponta Lima.



MARCELO FARINHA

FenaCap

O presidente da Brasilcap, Marcelo Farinha, substitui Marcos Coltri no comando da Federação. Ele tem pela frente o desafio de ampliar o conhecimento sobre títulos de capitalização, reforçando sua importância. “Trabalhamos com a perspectiva de uma retomada ainda em 2019, em razão do novo marco regulatório e das oportunidades de negócios que o normativo traz”, explica.

SUHAI LANÇA CLUBE DE BENEFÍCIOS PARA ASSESSORIAS

A Suhai Seguradora declara a estratégia de atuação com as assessorias de seguros, em todo Brasil, como um importante canal de venda e apresenta, para 2019, o Clube Suhai de Benefícios para Assessorias. “Consiste em categorizar as assessorias por volume de prêmios emitidos, porém agora com vários novos benefícios atrelados às metas alcançadas. As oito categorias de assessorias (Bronze, Prata, Ouro, Platina, Diamante, Tanzanita, Painita e Benitoite) são inspiradas em nomes de pedras e metais preciosos, e premiadas, com direito a homenagem, toda vez que alcançam o próximo patamar”, comenta o diretor comercial da seguradora, Robson Tricarico.

Todas as assessorias parceiras participam do Clube, mas existe um patamar de produção mínimo para as assessorias começarem a desfrutar dos benefícios. Com isso, a Suhai fortalece ainda mais o seu relacionamento com as assessorias, que podem aumentar a representatividade de seus negócios com a empresa.

“Esse Clube motiva as assessorias a trabalharem com ainda mais foco o produto Suhai, como uma alternativa inteligente e acessível

Robson Tricarico,
diretor comercial
da Suhai



para clientes que não conseguem fazer um seguro completo, principalmente os que nunca fizeram seguro, potencializando a produtividade dos corretores. Estimo, com essa ação, que as assessorias tragam um crescimento na ordem de 60% do canal para 2019”.

Tricarico reforça que “a atuação

das assessorias de seguros é e continuará sendo importante para a estratégia de distribuição da companhia por diversos fatores, como a sua *expertise* de atendimento e um perfil de corretor, pequeno e médio porte, com grande aderência ao nosso produto exclusivo de furto e roubo”, explica.

MERCADOS EMERGENTES SAEM NA FRENTE

O estudo sigma 3/2018, da Swiss Re Institute, indicou que os mercados emergentes serão os motores de crescimento da economia global e de seguros nos próximos dez anos. Os sete maiores em termos de PIB, chamados de EM7 (China, Índia, Brasil, Rússia, México, Indonésia e Turquia), serão responsáveis por mais de 40% do avanço econômico mundial até 2030.

Segundo o relatório, os prêmios de seguros nesses países devem dobrar nesse período, registrando um crescimento quatro vezes mais rápido do que os mercados já mais avançados.

Dentro do grupo, a China vai se tornar o maior mercado de seguros, contribuindo com mais de 25% da produção do setor em todo o globo. O país já ultrapassou o Japão, que figurava como

segundo maior em 2017. Com isso, fica atrás apenas dos EUA, que movimentam cerca de US\$ 1,4 trilhão por ano.

O crescimento nos mercados de seguros da América Latina e Europa Central e Oriental também deverá acelerar, graças a regulamentações favoráveis ao crescimento, à adoção de tecnologia, à urbanização contínua e ao incentivo à inclusão financeira.

MUDANÇAS NA SUSEP

Solange Vieira, ex-presidente da Anac, ex-diretora da antiga SPC (hoje Previc), atual presidente da Fapes (o fundo de pensão do BNDES) e uma das principais cabeças da reforma da Previdência do governo Bolsonaro, foi escolhida por Paulo Guedes para ocupar a presidência da Susep. A autarquia continua com sua sede no Rio de Janeiro e não será fundida à Previc, como se especulou no início do ano – pelo menos por enquanto.



Solange Vieira, nova superintendente da Susep



O setor de seguros já responde por 6,5% do PIB e, ao final de 2018, apresentou reserva de ativos na casa de R\$ 1,2 trilhão. Com arrecadação de mais de R\$ 440 bilhões no ano passado, essa indústria gera 150 mil empregos diretos e conta com a força de trabalho de 90 mil corretores de seguros, entre pessoas físicas e jurídicas.

Porque parceiro que
é parceiro cresce
assim: **sonhando o
mesmo sonho.**

Fazer parte da vida de mais de 1,8 milhão de clientes é entender que o futuro não se constrói sozinho.

- 40 unidades de venda

- Líder em arrecadação de risco no estado do Rio de Janeiro

- Capital segurado total de R\$ 390 bilhões

Oferecemos um portfólio diferenciado de seguros de vida e previdência privada aos clientes, e benefícios atrativos aos corretores parceiros. Venha ser nosso parceiro em proteger o futuro das pessoas.

Tel.: (21) 3722-2250 | 3722-2480 | 97626-6302

MONGERAL AEGON
SEGUROS E PREVIDÊNCIA

FENASAÚDE TEM NOVA DIRETORA-GERAL

A advogada e engenheira Vera Valente será a nova diretora-geral da Federação Nacional de Saúde Suplementar (FenaSaúde), substituindo o engenheiro e economista José Cechin que ocupava o cargo desde 2010. Cechin seguirá contribuindo como consultor em projetos de interesse da Saúde Suplementar. A FenaSaúde agradece a dedicação e contribui-

ção valorosa de Cechin ao setor durante todos esses anos.

Nos últimos 20 anos, Vera Valente ocupou posições de liderança no governo federal, em empresas e associações de indústrias do setor. Com ampla experiência na área de saúde, a executiva atuou, por exemplo, na implantação da bem-sucedida política de medicamentos genéricos no

Brasil, na época em que exercia o cargo de gerente-geral de Medicamentos Genéricos da Anvisa. A executiva assumirá o cargo em meados de maio.

A FenaSaúde representa 16 grupos de operadoras de planos de saúde, totalizando 19 empresas e representando 35% do mercado de beneficiários de planos de saúde no país.

CHUVAS NO RIO: SEGURADORAS DÃO SUPORTE

As seguradoras montaram um plano de contingência no Rio de Janeiro para fazer frente às ocorrências relacionadas às fortes chuvas que atingiram a cidade no início de abril. As empresas têm reforçado as suas equipes de Assistência 24 horas para atender aos segurados que necessitam de ajuda ou tiveram seus bens danificados pelas chuvas e enchentes. A medida vale tanto para as apólices de Seguro Automóvel quanto Seguro Residencial, Condomínio e Empresarial.

De acordo com a FenSeg, a cobertura abrangente do seguro automóveis – que engloba a maioria das apólices – garante indenização ao segurado em caso de prejuízos provocados por enchentes e eventos climáticos. Nesse caso, proprietários de veículos terão suas perdas cobertas pelo seguro. O pagamento de indeniza-



ção é feito no prazo de até cinco dias úteis, em média, após a entrega da documentação completa. Daí a importância de entrar logo em contato com a seguradora e comunicar o sinistro.

Companhia carioca, a SulA-

mérica também montou postos de arrecadação de água, alimentos, produtos de higiene e limpeza e demais itens em sua sede, na Rádio SulAmérica Paradiso e em todas as suas filiais comerciais na cidade. “A SulAmérica tem uma relação de 123 anos com o Rio de Janeiro. Estamos profundamente consternados com o ocorrido e, além do atendimento para nossos clientes de seguros de automóvel e residencial, queremos auxiliar a população de forma geral por meio de doações e suporte, para que possam retomar a normalidade de suas rotinas o mais breve

possível”, destaca o presidente da SulAmérica, Gabriel Portella. Como forma de ampliar a ajuda e atender a ainda mais pessoas, a SulAmérica doará a mesma quantidade sobre o total arrecadado ao longo da campanha.

TÁ COM APP AUTO.VC TÁ COM TUDO

Indique o App SulAmérica Auto.Vc para seus clientes e ganhe + R\$ 100 de bonificação por venda realizada.*

Você fecha mais negócios e seu cliente só ganha:

- Até R\$ 400 de desconto no seguro.
- 800 milhas Smiles para quem dirige bem.

**Ofereça
SulAmérica
para os seus
clientes.**



ACESSE: SULAMERICATACOMTUDO.COM.BR

SulAmérica
Auto

*A cada apólice emitida com o cupom de direção segura, o corretor ganha R\$ 100 de comissão adicional. Campanha válida para os cupons de direção segura gerados no período de 27/02/2019 a 31/08/2019, com emissão da apólice realizada até 27/02/2020. O registro deste plano na Susep não implica, por parte da autarquia, incentivo ou recomendação à sua comercialização. Circular Susep nº 256, de 16 de junho de 2004. O produto SulAmérica Auto obedece à legislação que regulamenta os seguros e às condições contratuais, que devem ser lidas previamente à sua contratação. Cód. Susep RG/VG: 15414.001772/2004-14. CNPJ: 33.041.062/0101-09 – Sul América Companhia Nacional de Seguros. Este anúncio contém informações resumidas que poderão sofrer alterações a exclusivo critério da SulAmérica, sem necessidade de aviso prévio. Confira as condições gerais do Seguro SulAmérica Auto em sulamerica.com.br. Procure seu corretor ou a SulAmérica para mais informações. SAC: 0800 722 0504. Ouvidoria: 0800 725 3374. Horário de atendimento: das 8h30 às 17h30 (tenha em mãos o protocolo de atendimento). O app está disponível nas lojas Apple e Google Play. Confira o regulamento e as informações completas do programa em sulamericaautovc.com.br. As milhas Smiles transferidas terão validade de acordo com a categoria do participante no Programa Smiles. O prazo do crédito é de até 30 dias, conforme consta no regulamento do programa, após o fechamento do seguro do carro na SulAmérica, desde que seja usado o desconto de direção segura. O cliente deverá ter cadastro prévio no Programa Smiles para receber as milhas Smiles. A responsabilidade da promoção com milhas Smiles é exclusiva da SulAmérica.

SELO DE ACREDITAÇÃO DA ANS RENOVADO

Bradesco Saúde
confirma sua
excelência no
mercado de
planos de saúde

“Sempre fez parte da cultura da empresa a busca por melhores práticas em saúde e inovação. A acreditação é um vetor de transformação dos processos operacionais”

Manoel Peres, diretor-presidente da Bradesco Saúde e Mediservice

A Bradesco Saúde renovou, mais uma vez, a certificação de Acreditação com nível máximo, após avaliação do Consórcio Brasileiro de Acreditação (CBA). Com o anúncio da Agência Nacional de Saúde Suplementar (ANS), o selo passa a valer até 2022 e ratifica o compromisso com a qualidade de gestão e atendimento aos seus segurados.

“A renovação da certificação é um importante reconhecimento da agência reguladora sobre a qualidade dos produtos e serviços oferecidos pela Bradesco Saúde, sendo relevante diferencial da operadora no setor de saúde suplementar”, destaca o diretor-presidente da Bradesco Saúde e Mediservice, Manoel Peres. Segundo o executivo, tal resultado é fruto do comprometimento e engajamento de todos os funcionários de diversos setores da seguradora.

A Bradesco Saúde mantém a liderança no mercado e foi a primeira seguradora no Brasil a receber acreditação pela ANS com nível máximo de qualificação, o que vem

mantendo desde 2011. A empresa adotou uma posição proativa em relação à qualidade e sustentabilidade no setor ao aderir voluntariamente ao Programa de Acreditação de Operadoras de Planos de Saúde, que prima pela adoção de boas práticas de gestão, com foco prioritário no segurado.

“Sempre fez parte da cultura da empresa a busca por melhores práticas em saúde e inovação. Algumas dessas práticas inclusive anteciparam normas estabelecidas pelo órgão regulador no mercado de saúde suplementar. A acreditação é um vetor de transformação dos processos operacionais”, afirma Peres.

Auditoria interna

Além dos comitês internos e programa de melhorias e integração setorial, um importante diferencial desse processo é a participação de funcionários selecionados das áreas médica e administrativa, que recebem capacitação para atuarem como auditores internos. Esse engajamento dos colaboradores trouxe melhorias ao processo de qualificação. A empresa conta ainda com a comissão operacional, que periodicamente debate os indicadores de qualidade, envolvendo a diretoria e o grupo executivo.

Entre as melhorias implantadas recentemente, destacam-se o aperfeiçoamento da autonomia para resolução de problemas e facilidades nos processos, como reembolso disponível nos canais digitais (site e aplicativo), e melhoria na comunicação aos beneficiários, com divulgação de cartilhas, manuais atualizados e informações úteis sobre serviços e produtos. Ao todo, foram avaliados 147 itens, contemplando desde gestão de serviços de saúde e satisfação dos segurados até programas de gerenciamento de doenças e promoção da saúde.

Manoel Peres, diretor-presidente da Bradesco Saúde e Mediservice



ACELERA ACONSEG-RJ 2019 ESTIMULA NEGÓCIOS DAS ASSESSORIAS

Campanha de
incentivo busca
trazer mais vendas
para as seguradoras
parceiras da
entidade

“Quanto mais negócios o corretor de seguros trazer para as nossas parceiras, mais chances terá de ganhar um dos prêmios”

Luiz Philipe Baeta Neves, presidente da Aconseg-RJ

Lançada no final de 2018, a campanha “Acelera Aconseg-RJ 2019” está gerando entusiasmo entre os corretores. A ação é voltada a todos os corretores das assessorias de seguros associadas, tendo como objetivo trazer cada vez mais negócios para as seguradoras parceiras da entidade.

Para isso, vai dar um cupom para cada seguro novo contratado com essas companhias, bem como para quando o corretor conseguir trazer para as parceiras uma renovação de produto até então contratado com seguradoras que não atuam com as assessorias.

A cada quatro meses, será realizado um sorteio de três Motos Honda biz 110i zero-quilômetro e seis smart TVs de 40” e 32” com todos os cupons, premiando esses profissionais. “Ou seja, quanto mais negócios ele trazer para as nossas parceiras, mais chances terá de ganhar um dos prêmios”, explica o presidente da Aconseg-RJ, Luiz Philipe Baeta Neves.

O executivo conta também que a grande diferença da “Acelera Aconseg-RJ 2019” em relação a outras campanhas é que a chance de ganhar está vinculada apenas à produção durante o período. “Hoje, as seguradoras que fazem campanhas para corretores incluem para elegibilidade outros fatores, como crescimento de produção e índice de sinistro. Na nossa ação, é só vender e participar”, garante.

Logo no início do ano, foram entregues a todas as assessorias associadas o material da campanha. Além de *displays* de mesa e panfletos, houve ampla divulgação nas mídias sociais da instituição e por meio do disparo de e-mail marketing. Tudo para incentivar os negócios das assessorias e fortalecer os seus laços com as companhias seguradoras.

A campanha inclui todos os ramos de seguros e é válida tanto para corretores pessoa física como para pessoa jurídica. Os sorteios e apuração dos vencedores de cada etapa da campanha serão realizados na sede da Aconseg-RJ.



Imagem da campanha Acelera Aconseg-RJ 2019

“Possuímos, muitas vezes, múltiplas jornadas e, com isso, nos tornamos ágeis na execução de nossas atividades”
Jaqueline Rocha, sócia da Nova Fortaleza

MULHERES NAS ASSESSORIAS

Associadas da Aconsef-RJ contam com força de trabalho feminina

Todo ano, o mês de março chama a atenção para a luta das mulheres pela igualdade. O Dia Internacional da Mulher, instituído em 1911, simboliza a empreitada feminina na busca por direitos antes negados a essa parcela da população. Com o passar dos anos, as pautas foram mudando e o que mais se comenta sobre esse tema é a crescente participação desse gênero no mercado de trabalho.

O setor de seguros também vem se mostrando bem atento às mulheres que contribuem para o seu crescimento. Márcia Simplicio, há 33 anos no mercado de seguros, é uma delas. Desde 2010, ela é sócia da Four Unions, assessoria associada à

Aconsef-RJ. Márcia conta que, no início de sua carreira, a principal dificuldade enfrentada foi a presença de mulheres apenas em cargos operacionais. “Com o decorrer do tempo, houve uma abertura maior na área comercial”, diz.

Hoje, a atuação feminina já chegou aos níveis mais altos da hierarquia – porém, ainda é minoria. Há apenas uma CEO de seguradora mulher no mercado brasileiro, por exemplo. O caminho para melhorar esse cenário, segundo a opinião de Márcia, é a busca cada vez mais intensa por capacitação profissional.

Foi assim que a sócia de mais uma assessoria associada, Jaqueline Ro-



Alessandra Ferreira,
sócia da TEA Assessoria



Márcia Simplicio,
sócia da Four Unions



Jaqueline Rocha,
sócia da Nova Fortaleza



cha, da Nova Fortaleza, reinventou sua carreira 25 anos atrás. Para se preparar para uma mudança da área de saúde para o mercado de seguros, após receber o convite de seu pai para administrar financeiramente sua empresa, ela se graduou em Administração. “Adorei o desafio e me apaixonei pela parte financeira, me redescobri. O mundo de seguros era algo totalmente novo, foi necessário observar o comportamento de quem eu admirava e tentar seguir os passos, porém com uma visão própria”, relata.

Ela conta que adotou uma gestão diferente do antecessor, Renato Rocha, e precisou lidar com a responsabilidade das comparações. Mas, em sua visão, o setor respeita bastante as mulheres. “Muitas de nós alcançaram cargos de destaque em grandes seguradoras. Possuímos, muitas vezes, múltiplas jornadas e, com isso, nos tornamos ágeis na execução de nossas atividades”, opina. A administradora acredita que, hoje em dia, mulheres deixaram de ser rotuladas como “lindas molduras”, tendo seu conteúdo e

competência reconhecidos.

Alessandra Ferreira, sócia da TEA Assessoria, compartilha dessa experiência. “Minha geração já ocupa diversos cargos de liderança, inclusive, a participação feminina é bastante visível no mercado segurador”, afirma. Ela conta que iniciou sua carreira no setor em 1997, também assumindo o lugar de seu pai, e nunca sofreu nenhum tipo de discriminação por questões de gênero. As executivas são apenas três exemplos de profissionais de sucesso na área da corretagem de seguros.

União

A Associação das Mulheres do Mercado de Seguros (AMMS), que reúne executivas de seguradoras, resseguradoras, corretoras, prestadoras de serviços e demais instituições do setor, comemorou o Dia Internacional da Mulher em grande estilo. A Associação promoveu dois eventos em homenagem à data, no Rio de Janeiro e em São Paulo, com palestras de profissionais que se

destacam nas suas respectivas áreas de atuação.

O evento do Rio de Janeiro aconteceu no auditório da Escola Nacional de Seguros (ENS), tendo como tema central “As conquistas e os avanços necessários ao empoderamento da mulher no mercado de trabalho”. A questão foi debatida pela juíza do Tribunal de Justiça do Rio de Janeiro, Andréa Pachá, e a advogada Ana Rita Petraroli Barretto, ambas com extenso currículo profissional, incluindo a defesa das causas das mulheres.

O encontro teve como objetivo discutir e despertar reflexões sobre a trajetória das mulheres que percorrem longas caminhadas, tanto na trilha pessoal como profissional, passando inevitavelmente por difíceis embates, mas com significativas conquistas na busca incansável pela igualdade de gênero no mercado de trabalho.

Nesse contexto, as palestras abordaram a história das leis e da mulher na sociedade, os desafios da dupla jornada de trabalho, as responsabilidades domésticas, a posição da mulher hoje e aonde ela quer chegar.



Se não vai por bem, vai por Lei

Foi aprovado, no dia 13 de março, pelo Plenário do Senado, o PL 88/2015, de autoria do senador Fernando Bezerra Coelho (MDB-PE), que altera a CLT para instituir multas para as empresas que pagarem diferenciadamente mulheres em funções ou cargos iguais ocupados por profissionais masculinos.

Os dados do Anuário das Mulheres Empreendedoras e Trabalhadoras em Micro e Pequenas Empresas, versão de 2014, aponta uma diferença salarial média de 23%, a menor para as mulheres que trabalham em Micro e Pequenas Empresas. A diferença média salarial em empresas Médias e Grandes é ainda maior, atingindo os 44%.

A proibição de discriminação já está disposta no Art. 461 da Consolidação das Leis Trabalhistas de forma explícita, sem, entretanto, previsão de multa.

A alteração proposta com base no Art. 461 da referida CLT prevê o acréscimo de um parágrafo 3º ao Art. 401 para dispor que: “§ 3º Pela infração do inciso III do art. 373 A, relativamente à remuneração, que deverá ser

regularmente apurada em processo judicial, inclusive com observância do disposto no art. 461, [...] será devida multa em favor da empregada em valor correspondente ao dobro da diferença salarial verificada mês a mês, durante o período não prescrito no contrato de trabalho.” (NR)

Encaminhado à Câmara e devidamente aprovado, o projeto torna-se Lei com poder de grande impacto em terreno dos mais sensíveis para qualquer setor: o bolso do empregador.

Certamente, não por coincidência, a aprovação do projeto ocorreu no mês em que se comemora o Dia Internacional das Mulheres, buscando dar efetividade a uma das mais incensadas bandeiras dos movimentos femininos em todo o mundo. Trabalho igual, remuneração igual.

Sempre ouvi que não se muda a realidade por decreto e acho que continua valendo. Mas, no presente caso, há grande chance da (triste) realidade da discriminação profissional vir a ser mudada por Lei!

*Gloria Faria é sócia diretora do Motta, Soito & Sousa Advocacia Empresarial

Art. 461. Sendo idêntica a função, a todo trabalho de igual valor prestado ao mesmo empregador, na mesma localidade, corresponderá igual salário, sem distinção de sexo, nacionalidade ou idade.

Art. 373-A inciso III - considerar o sexo, a idade, a cor ou situação familiar como variável determinante para fins de remuneração, formação profissional e oportunidades de ascensão profissional; (Incluído pela Lei nº 9.799, de 26.5.1999)

O CONSUMIDOR NO CENTRO DAS ATENÇÕES

No Dia do Consumidor, celebrado em 15 de março, a Federação Nacional de Saúde Suplementar (FenaSaúde) reafirmou seu compromisso de levar informação de qualidade por meio de materiais e plataformas que estão disponíveis para o consumidor do setor de Saúde Suplementar.

Nos últimos anos, a entidade lançou mais de 40 publicações direcionadas aos beneficiários. A maior parte delas estão disponíveis no portal ‘Plano de Saúde – O que saber’ (<http://planodesaudeoquesaber.com.br/>), relançado re-



centemente. Com nova identidade visual e mais amigável, o *hotsite* esclarece dúvidas sobre a utilização de planos de saúde e o sistema de Saúde Suplementar, com novas seções que facilitam a navegação do visitante. Nessa plataforma online, constam desde os Fun-

damentos dos Planos e Seguros de Saúde, passando por orientação às gestantes; Reajustes de Planos e Seguros Privados de Saúde; e Atenção Primária à Saúde.

“Os beneficiários devem estar no centro da atenção e do debate sobre Saúde Suple-

mentar. A transparência no acesso à informação é fundamental para estreitar os laços entre os consumidores e o setor, entendendo cada vez mais suas demandas e necessidades”, enfatiza João Alceu de Amoroso Lima, presidente da FenaSaúde.

Mais do que cuidar de veículos, a gente cuida do que é bom pra você.

ISSO É SER ESPECIALISTA

Só uma seguradora especialista oferece um seguro de Furto e Roubo com atendimento personalizado e preços até 80% menores que um seguro completo, além de aceitar todos os veículos.

CORRETOR, ACESSE JÁ O NOSSO SITE, CADASTRE-SE E FAÇA PARTE DO NOSSO TIME.
www.suhaseguradora.com/corretor-seguros

SUHAI
SEGURADORA
Especialista em cuidar do que é seu.

HDI SEGUROS APOSTA NA DISRUPÇÃO

Apoio da seguradora ao Distrito Fintech visa acelerar a transformação digital da companhia

“Visamos à construção de um ecossistema que representará 20% das nossas vendas no mercado, apoiado por ferramentas e produtos novos, que estejam alinhados a essa nova forma de pensamento”

Murilo Riedel, CEO da HDI Seguros

O Distrito Fintech é realidade: o campus de *startups* dedicado à inovação para serviços financeiros e seguros foi inaugurado em fevereiro, em São Paulo. Murilo Riedel, CEO da HDI Seguros, cofundadora da iniciativa, participou da cerimônia de abertura e reforçou a importância do espaço no atual momento da seguradora, que tem digitalizado seus produtos e processos com o objetivo de humanizar sua atuação e relacionamento com os clientes.

O executivo defendeu que, hoje, a inovação é item obrigatório no mundo dos negócios e a agilidade é crucial nes-

se processo. De acordo com ele, a transformação do setor de seguros passa pela incorporação do pensamento disruptivo para o contínuo ciclo de desenvolver soluções, testar, aperfeiçoar e aplicar.

A companhia está investindo R\$ 120 milhões em *startups* alocadas no Distrito, todas voltadas à criação de serviços que, de alguma forma, compõem a operação da HDI. “Visamos à construção de um ecossistema que representará 20% das nossas vendas no mercado, apoiado por ferramentas e produtos novos, que estejam alinhados a essa nova forma de pensamento”, resume Riedel.

O vice-presidente técnico da companhia, Fábio Leme, também debateu a questão no painel “Existe disrupção iminente na indústria de seguros?”. Ele argumentou que o próximo ciclo de vida das seguradoras passa diretamente pela conquista de quatro objetivos: ampliar a adesão da população aos seguros por meio de uma comunicação mais simples e clara; tornar a estrutura das empresas mais leve e eficaz; disponibilizar produtos que atendam a necessidades simples, mas que sejam apoiados por tecnologias complexas, como *big data* e reconhecimento facial; e forjar novos modelos de negócios sob o conceito de *cross learning*, ou seja, por meio de parcerias estratégicas firmadas entre companhias para criar soluções a partir da complementaridade dos pontos fortes de cada uma.

“A HDI é uma empresa em pleno processo de reinvenção do seu negócio”, admitiu o executivo. “Estamos expandindo o conceito de proteção, para que o foco seja as pessoas e a garantia de que tenham sua mobilidade plenamente assegurada, em qualquer meio que escolherem para ir de um ponto a outro”, finalizou.

Murilo Riedel, CEO da HDI Seguros



ANS - nº 005711

AlmapB900

#narizentupido Você sabe o que isso quer dizer?

Quer dizer que as crianças adoram brincar na chuva. Isso é tão previsível quanto a gripe que elas podem pegar depois disso. Por isso, e para todos os outros momentos da vida, a Bradesco Seguros tem o plano de saúde certo para seus Clientes. Produtos para empresas a partir de 3 vidas.

Ofereça um Bradesco Saúde para seus Clientes e faça bons negócios.



Central de Relacionamento: 4004 2700 / 0800 701 2700
SAC - Serviço de Atendimento ao Consumidor: 0800 727 9966
SAC - Deficiência Auditiva ou de Fala: 0800 701 2708
Ouvidoria: 0800 701 7000


bradesco
seguros
Com Você. Sempre.

Bradesco Saúde S/A - CNPJ: 92.693.118/0001-60. As informações e as imagens contidas neste material são indicativas. Os direitos e as obrigações das partes encontram-se nas Condições Gerais do Seguro contratado. Todos os serviços estão sujeitos a limites e especificações estabelecidos no contrato. A Bradesco Saúde não comercializa planos individuais. Lei nº 12.741/12 sobre tributos incidentes - PIS: 0,65%; COFINS: 4,00% e IOF: entre 0% e 7,38%. Apurados e recolhidos nos termos da legislação aplicável.

ESCOLA NACIONAL DE SEGUROS TEM NOVO DIRETOR-GERAL

Fortalecer a visão
de mercado da
Instituição será
um dos pilares da
gestão do executivo
que sucede Renato
Campos

“Vamos promover uma efetiva aproximação com os diversos segmentos do setor, pois sabemos que existem gargalos na capacitação dos profissionais de seguros e a Escola tem programas para atender a todos os perfis”
Tarcísio Godoy, diretor-geral da ENS

A Escola Nacional de Seguros tem novo diretor-geral: Tarcísio José Massote de Godoy. O nome do executivo foi referendado em reunião do Conselho de Administração da Instituição. Ele chega para substituir Renato Campos Martins Filho, que estava na Escola desde 2005 e, nesse período, deu uma grande contribuição para a expansão das atividades educacionais. “Encontro uma instituição muito bem estruturada e com um sólido modelo de governança, fundamental para colocar a Escola em um novo patamar de qualidade”, elogiou Godoy.

Para o presidente da Escola, Robert Bittar, o novo diretor terá uma valiosa atuação na expansão das atividades da instituição. “É um executivo com grande experiência no setor de seguros e tem no dinamismo uma de suas características mais marcantes. Estou convicto de que o Tarcísio ajudará a Escola a

ampliar sua participação no mercado”, declarou Bittar.

Uma das principais metas será fortalecer a visão de mercado da Escola, adotando uma postura mais proativa. “Vamos promover uma efetiva aproximação com os diversos segmentos do setor, pois sabemos que existem gargalos na capacitação dos profissionais de seguros e a Escola tem programas para atender a todos os perfis”, revela Godoy.

Modernização e novos cursos

A mudança no quadro ocorre em um momento de grandes transformações também no mercado de trabalho, em especial na indústria de seguros. O advento das *insurtechs* provocou uma verdadeira revolução nas operações do setor, obrigando os profissionais a se adaptarem a uma nova realidade.

Atenta a esse cenário, a Escola vem, continuamente, aprimorando seus programas educacionais e desenvolvendo outros, a fim de suprir as crescentes demandas por formação especializada. Recentemente, o Curso para Habilitação de Corretores de Seguros passou por um amplo processo de modernização, que incluiu a total digitalização do material didático e o acréscimo de disciplinas voltadas mais para o lado prático da profissão, como Empreendedorismo.

Outra iniciativa para auxiliar os Corretores de Seguros é o Programa de Transformação Digital para Corretores, previsto para ser lançado ainda neste ano. O curso será baseado em princípios técnicos e acadêmicos de planejamento estratégico, gestão comercial e marketing, segundo as principais tendências e ferramentas inovadoras de mercado, como Google, Facebook, Instagram, LinkedIn, entre outras.

Tarcísio Godoy,
diretor-geral da
ENS



TÁ COM REEMBOLSO DIGITAL TÁ COM TUDO

Cliente SulAmérica pode solicitar reembolso¹
de suas consultas médicas e resolve tudo
pelo App SulAmérica Saúde.

- Os melhores médicos e hospitais por geolocalização
- Orientação Médica Telefônica
- Médico na Tela²

Ofereça
SulAmérica
para os seus
clientes.

ACESSE: SULAMERICATACOMTUDO.COM.BR

SulAmérica
Saúde

ANS - Nº 006246 ANS - Nº 416428

Este material contém informações resumidas que poderão sofrer alteração sem aviso prévio. ¹Reembolso disponível para consultas médicas realizadas em consultórios. O segurado poderá solicitar o reembolso digital por recibos, notas fiscais e notas fiscais eletrônicas e enviar o arquivo original caso seja solicitado pela SulAmérica. ²Consulte regras do serviço em sulamericausaudeativa.com.br > Serviços > Médico na Tela. O Médico na Tela não é uma obrigatoriedade contratual e a SulAmérica Saúde obedece à legislação que regulamenta os seguros e às condições contratuais, que devem ser lidas previamente à sua contratação. O atendimento poderá ser realizado aos beneficiários de até 12 anos. A SulAmérica tem investido na expansão do serviço para outras carteiras e especialidades. Para mais informações, consulte o seu corretor, consultor ou acesse sulamerica.com.br. SAC: 0800 722 0504. Ouvidoria: 0800 725 3374. Horário de atendimento da ouvidoria: das 8h30 às 17h30. Razão social: Sul América Companhia de Seguro Saúde. CNPJ: 01.685.053/0013-90.

AMAZON TESTA ROBÔ AUTÔNOMO PARA FAZER ENTREGAS



AUTÔMATO JÁ PERCORRE CALÇADAS DO CONDADO DE SNOHOMISH, NOS ESTADOS UNIDOS

Inovadora desde a sua criação, a Amazon está com um novo projeto que envolve o uso de um robô para realizar entregas. O Scout, que efetua a tarefa de maneira autônoma, está em fase de testes no Condado de Snohomish, no estado de Washington, nos Estados Unidos (EUA).

De acordo com a gigante de comércio internacional, por enquanto, apenas seis veículos estão sendo usados e, embora sejam capazes de operar sozinhos, estão sendo monitorados por um funcionário o tempo todo. O robô é compacto e tem design semelhante a um cooler de bebidas. Ele foi projetado para circular em calçadas e levar os produtos no seu interior, protegidos de roubos e acidentes.

O pequeno veículo faz uso de uma tecnologia que monitora o percurso para desviar de obstáculos como postes,

placas, pessoas ou animais. Além disso, a navegação é realizada via GPS e a Amazon acompanha seu funcionamento remotamente. Assim que chega ao destino, cabe ao consumidor receber o robô e retirar a compra. No vídeo de demonstração da empresa, é possível perceber que o Scout não tem travas e se abre sozinho.

A Amazon, no entanto, ainda não revelou como o comprador será avisado da chegada de uma encomenda – o que poderia ser feito por meio de uma notificação no celular –, ou se os consumidores terão a opção de escolher o Scout como forma de entrega. Além disso, também não ficou claro como a máquina reconhece que a pessoa que vai recebê-lo está, de fato, autorizada a retirar o pacote.

#vamojunto

HDI e você, corretor: protegendo a mobilidade de nossos clientes.

HDI
Seguros

Humana.
Digital.
Inovadora.

hdi.com.br

SOMPO EXPANDE PROGRAMA DE INCENTIVO

Programa Ponto a Ponto, que resultou em mais de 15% de crescimento em novos Seguros de Vida, já vale para Saúde Empresarial ou Saúde PME

“Os novos contratos de Seguro Saúde estabelecidos desde 1º de dezembro de 2018 já estão pontuando por meio do programa”

Edglei Monteiro, diretor de Vida e Saúde da Sampo Seguros

A Sampo Seguros decidiu expandir seu Programa Ponto a Ponto. Lançada em junho de 2018 com o objetivo de incentivar a produção no ramo Vida, a iniciativa agora também contempla os produtos de Saúde.

“O crescimento nas vendas, o excelente índice de engajamento dos corretores de seguros e o bom desempenho do programa, que traz a facilidade da conversão efetiva de pontos em produtos e serviços, foram essenciais para a decisão de dar mais esse passo. Os novos contratos de Seguro Saúde estabelecidos desde 1º de dezembro de 2018 já estão pontuando por meio do programa”, conta Edglei Monteiro, diretor de Vida e Saúde da Sampo Seguros.

Com isso, para o Seguro Sampo Saúde PME (até 99 vidas), a cada R\$ 4 em Prêmio Líquido pago de seguros novos, o corretor recebe um ponto. Já no caso do Seguro Sampo Saúde Empresarial (até 2 mil vidas), a cada R\$ 8 em Prêmio Líquido pago de seguros novos, o corretor recebe um ponto.

Para o ramo Vida a regra permanece a que já está em vigor. Para cada R\$ 2 (dois reais) em Prêmio Líquido Emitido, fatu-

rado e devidamente pago dos produtos Vida Individual Anual, Vida Top Mulher, PME Capital Global, Seguro de Apoio ao Trabalhador (SAT), PME Super Simples e PME Vida Supremo; é concedido um ponto. Os pontos são convertidos em Dotz e podem ser trocados por prêmios.

Mais de 6 mil corretores de seguros de todo o Brasil já aderiram ao programa e, só no ramo Vida, houve um aumento da ordem de 15% no segundo semestre de 2018 em relação ao mesmo período o ano anterior. “Isso mostra a tendência de aquecimento desse mercado, o que configura uma ótima oportunidade para o corretor de seguros. Os novos seguros também indicam que há um público que antes não contava com cobertura de seguro de Vida e, agora, foi inserido nesse mercado. Isso é bom tanto do ponto de vista do mercado quanto do segurado, que passa a contar com a garantia da proteção financeira do seguro caso algum imprevisto aconteça”, avalia o executivo.

Programa Ponto a Ponto

O Ponto a Ponto é um programa de fidelidade que busca reconhecer o trabalho dos corretores de seguros e dinamizar a produção dos produtos dos ramos Vida e Saúde. Toda a mecânica da ação foi desenvolvida em parceria com a Dotz, empresa líder em programa de fidelidade no varejo brasileiro.

Os corretores cadastrados e ativos na Sampo Seguros que comercializarem os produtos dos ramos Vida e Saúde acumulam pontos que podem ser trocados por prêmios. São mais de 50 mil itens, como produtos, viagens e experiências disponíveis no Catálogo Dotz. As trocas podem ser efetuadas online, via App Dotz, em parceiros físicos ou pela Central de Atendimento Dotz.



Edglei Monteiro,
diretor de Vida e
Saúde da Sampo
Seguros

TOKIO MARINE
VIDA INDIVIDUAL

tokiomarine.com.br
Tokio Marine Seguradora S/A
/TokioMarineSeguradora

TOKIO MARINE

VIDA INDIVIDUAL

CORRETOR, OFERECER TRANQUILIDADE

para o seu cliente
começa com você.

- Cotação simples: o Cliente informa quanto pode pagar e o sistema já calcula o capital segurado.
- Tele-entrevista: declaração de saúde rápida e sem constrangimentos para o Cliente.
- Coberturas e assistências para serem utilizadas em vida.

Quer saber mais?
Fale com o seu
Gerente Comercial.

Corretor, Resolver
começa com você.

Uma Seguradora
completa pra
você ir mais longe.

 **TOKIO MARINE
SEGURADORA**
NOSSA TRANSPARÊNCIA, SUA CONFIANÇA

“A Ouvidoria tem servido cada vez mais como um mecanismo de gestão aprimorado, ou seja, ela tem o papel de nos auxiliar a fazer um trabalho cada vez melhor”

Simone Sanches Freira, diretora de Fiscalização da ANS

A IMPORTÂNCIA DAS OUVIDORIAS

Evento da CNseg abordou desafios da relação de consumo dentro do mercado de seguros

No Consumidor.gov, serviço público que conecta consumidores e empresas para solução de conflitos, 97% das reclamações do setor de seguros são respondidas e, das que foram resolvidas, 65% receberam notas 4 ou 5 (máxima) ao atendimento - um índice acima da média. Quem fornece os dados é a diretora de Relações de Consumo e Comunicação da CNseg, Solange Beatriz Palheiro Mendes, que destaca o engajamento do mercado na plataforma - atualmente, as seguradoras aderentes ao Consumidor.gov representam 83% do setor.

Os avanços e desafios da relação de consumo dentro do mercado de seguros foram debatidos na 5ª Celebração do Dia do Ouvidor e Dia Internacional do Consumidor, promovido pela CNseg, a Confederação das Seguradoras. “Levantamentos realizados na Comissão de Ouvidoria da CNseg demonstraram que em mais da metade das companhias as manifestações recebidas pelo Procons (46%) e pelo canal Consumidor.gov (66%) são tratadas pelos Ouvidores, qualificando sobremaneira o atendimento prestado por esses profissionais, e contribuindo para a divulgação dessa importante plataforma governamental”, assinalou a executiva.

A participação do ouvidor é essencial também na ‘desjudicialização’. “Cerca de 1,25% das demandas tratadas e respondidas negativamente nas Ouvidorias ensejou ações judiciais. Isso demonstra que o

atendimento qualificado prestado demonstra a capacidade das companhias de resolver seus problemas em casa”, destacou Solange Beatriz.

“É um momento de desjudicializar sem precarizar direitos”, disse o secretário nacional de Defesa do Consumidor (Senacon), Luciano Timm, em sua palestra sobre a defesa do consumidor na era da economia digital. Segundo ele, a judicialização gera gastos extraordinários. Ele lembrou que os custos de processos somaram R\$ 84,8 bilhões em 2016, algo perto de 1,3% do PIB, recursos que poderiam estar sendo aplicados, por exemplo, em saneamento básico.

O secretário enfatizou que o acesso à ordem jurídica justa compreende mais do que somente o acesso ao Judiciário, abrangendo também os mecanismos alternativos adotados pelas empresas, como a negociação, a mediação e a conciliação que acontecem nas ouvidorias e na plataforma consumidor.gov. Foi o primeiro evento aberto ao mercado de seguros que contou com a participação do novo titular da Senacon.

Simone Sanches Freira, diretora de Fiscalização da Agência Nacional de Saúde Suplementar (ANS) participou também da abertura do evento e assinalou que as ouvidorias se tornaram estratégicas para os aperfeiçoamentos exigidos na relação de consumo de saúde suplementar, ao dar acolhimento e tratamento adequados às reclamações dos segurados. “As operadoras dos planos de saúde amadureceram muito nos últimos anos. A Ouvidoria tem servido cada vez mais como um mecanismo de gestão aprimorado, ou seja, ela tem o papel de nos auxiliar a fazer um trabalho cada vez melhor”, disse a reguladora.



- ☐ ADMIRANDO UMA OBRA DE ARTE
- ☐ OLHANDO O VIZINHO MANOBRAR PERTO DO SEU CARRO



ESCOLHA A OPÇÃO CERTA. ESCOLHA O SEGURO FAIXA-PRETA.

COM MAIS DE 130 ANOS DE TRADIÇÃO E QUALIDADE JAPONESA, A SOMPO FAZ TUDO PELA SUA TRANQUILIDADE. E CONTRATAR UM SEGURO PARA O SEU CARRO FICOU AINDA MAIS FÁCIL. O NOVO SEGURO AUTO DA SOMPO TEM MAIS OPÇÕES DE COBERTURAS, SERVIÇOS DIFERENCIADOS E SOB MEDIDA, PREÇO COMPETITIVO E PAGAMENTO EM ATÉ 10X NO CARTÃO DE CRÉDITO. CONSULTE SEU CORRETOR.



TOKIO MARINE TEM RESULTADO HISTÓRICO EM 2018

Seguradora
emituiu R\$ 5,1
bilhões em
Prêmios, um
crescimento de
7,9% em relação
ao ano anterior

“Conseguimos manter o crescimento acima da média de mercado, com base em uma estratégia de busca constante por inovação, qualidade de produtos e serviços e fortalecimento da relação com os nossos 29 mil corretores e assessorias”

José Adalberto Ferrara, presidente da Tokio Marine

No melhor desempenho de sua história de 59 anos no Brasil, a Tokio Marine Seguradora superou as metas e encerrou o ano de 2018 com R\$ 5,15 bilhões em prêmios emitidos. Isso representa um crescimento de 7,9% em relação ao ano anterior, enquanto o mercado evoluiu 6,1% (sem VGBL, Saúde e Previdência). A companhia também registrou um aumento de 115,4% no lucro líquido, que chegou a R\$ 331,3 milhões no período.

Numa demonstração de melhoria do desempenho operacional, o índice combinado foi de 93,5% e a sinistralidade caiu de 58,4%, em 2017, para 52,1%. Considerando os ramos nos quais atua, a Tokio Marine é, atualmente, a segunda maior do Brasil, excluindo bancos.

“Estamos muito felizes com esta ótima performance, fruto das ações que adotamos em 2018 em relação à precificação, regulação de sinistros e gestão de riscos. Conseguimos manter

o crescimento acima da média de mercado, com base em uma estratégia de busca constante por inovação, qualidade de produtos e serviços e fortalecimento da relação com os nossos 29 mil corretores e assessorias”, celebra o presidente da Tokio Marine, José Adalberto Ferrara.

Com um amplo portfólio, a seguradora registrou crescimento em diversas carteiras ao longo de 2018. Mesmo em um ano de concorrência acirrada, o ramo de Automóvel manteve o histórico e cresceu 8,4%, contra um aumento de 3,2% do mercado. Outro destaque foi a boa aceitação do seguro Vida Individual, lançado em abril de 2017. O número de vidas seguradas em 2018 chegou a 54 mil, incluindo os produtos AP Individual e AP Estagiário.

Na Diretoria de Produtos Pessoa Jurídica, a Tokio Marine teve seu melhor resultado operacional, amparado pelas ações de gerenciamento de riscos desenvolvidas por equipes especializadas. Dessa forma, a companhia permanece na quarta posição entre as principais seguradoras de Grandes Riscos do país. Entre os destaques de 2018 estão os desempenhos das carteiras de Riscos de Engenharia, D&O, Transportes, Riscos Diversos e Empresarial.

Alinhada ao perfil inovador e ao compromisso com corretores, assessorias e clientes, a Tokio Marine internacionalizou a Assistência 24 Horas do Seguro Automóvel em um projeto que abrangeu 31 áreas. A seguradora foi também a primeira do Brasil a ter autorização para realizar atendimentos por meio do WhatsApp e do Messenger. “Essas iniciativas nos permitem atender cada vez melhor às demandas dos nossos parceiros de negócios e clientes”, conclui Ferrara.



MAIS DE
25 ANOS
NO MERCADO



José Adalberto
Ferrara, Presidente
da Tokio Marine

AMERICAN LIFE

Tem o seguro certo para seu
cliente.



Para Você

- ✓ Vida
- ✓ Residencial
- ✓ Outros



Para Empresas

- ✓ Empresarial
- ✓ RCO
- ✓ Outros



www.alseg.com.br

Av. Angélica, 2626 - Térreo - Consolação - São Paulo/SP
CEP: 01228-200



American Life
Cia de Seguros



CONHECIMENTO

ATUALIZAÇÃO

RESULTADO

FLEXIBILIDADE

CURSOS PRESENCIAIS E ONLINE

**A Aconseg-RJ e a IndoRH trazem ao mercado a Universidade Aconseg,
com uma série de cursos de capacitação focados em
treinamento para o mercado de Seguros.**



UNIVERSIDADE
ACONSEG

www.universidadeaconseg.com