

REVISTA DA **ACONSEG** RJ



A MP 905
e a profissão
do **Corretor**
de **Seguros**

CORONAVÍRUS: OS IMPACTOS NO SETOR

Bradesco Saúde Rio. O plano para empresas a partir de 3 pessoas que é único e especial como a cidade maravilhosa.

Um plano feito para empresas do Rio
e Grande Rio com condições especiais.



Fale com seu Corretor
ou vá a uma Agência Bradesco.

Bradesco Seguros. Com Você. Sempre.



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 | bradescoseguros.com.br/saude

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 estabelecidas 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. Valor do desconto sem IOF.

ANS - nº 005711



bradesco
seguros

Esta última edição em que estou à frente da Aconseg-RJ como presidente marca um momento extremamente importante para os corretores de seguros. Sua profissão esteve a um passo de ser desregulamentada, graças à MP 905, que excluiria ainda a categoria do Sistema Nacional de Seguros Privados.

Perto do fechamento da publicação, uma decisão favorável – porém ainda não definitiva – garantiu a esses profissionais certo alívio, conquistado graças à sua união ao lutar pelos seus direitos, contando inclusive com o apoio das seguradoras e outros agentes do mercado. Ainda assim, faz-se necessário frisar a importância de seu papel no setor: é sobre essa pauta a nossa reportagem especial, que começa na próxima página.

Dito isso, permito-me agora olhar um pouco para trás e lembrar a trajetória da atual diretoria no comando de nossa entidade. Entre as principais iniciativas, reservo um orgulho especial pela criação e pelo desenvolvimento da Universidade Aconseg, uma forma de contribuir para a capacitação dos profissionais que atuam diretamente nas assessorias – nicho antes pouco atendido de forma tão personalizada – e por preços totalmente acessíveis.

Também atuamos incansavelmente para estreitar cada vez mais as nossas boas relações com as seguradoras parceiras, realizando diversos almoços com executivos e líderes do mercado para trocas de experiências e *networking*, além da campanha Acelera Aconseg. Por último, mas não menos importante, demos e tivemos apoio de outras entidades do setor, em especial as do Rio de Janeiro, seguindo a máxima de que a união sempre faz a força.

Para as eleições que se aproximam, deixamos a casa perfeitamente arrumada, pronta para receber a nova diretoria que virá, e com o sentimento positivo de dever cumprido! Desejo, para o próximo grupo, resiliência para enfrentar os desafios que as assessorias, assim como o mercado de seguros e todos os outros segmentos da economia local e mundial certamente viverão diante de uma pandemia como a que experimentamos hoje.

Luiz Philipe Baeta Neves
Presidente da Aconseg-RJ

DIRETORIA EXECUTIVA

Presidente: Luiz Philipe Baeta Neves – Baeta Assessoria
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
CDS Assessoria
Chase Empresarial
CP Gomes Assessoria
Nova Four Unions Assessoria de Seguros
Guarda Adm. e Consultoria 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: Corretor de seguros em pauta.....	4
Coronavírus: impactos no setor	12
Painel.....	17
Novas contratações na Saúde suplementar	20
Campanha Acelera Aconseg.....	21
HDI lança campanha	22
SulAmérica: Lucro Líquido cresce 30,7%	23
Seguros: maior crescimento desde 2012.....	24
Tokio Marine diversifica carteira.....	26
Suhai Seguradora inaugura nova sede	27
Tecnologia	28
Mongeral Aegon agora é MAG Seguros	29
Lucro líquido da Bradesco Seguros cresce 16,6%..	30



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

Especial: Mário Moreira

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

Desde novembro de 2019, o mercado brasileiro de seguros acompanha atentamente a tramitação da Medida Provisória 905, editada pelo governo, que cria o chamado Contrato Verde e Amarelo. Entre diversas providências para tentar dinamizar o mercado de trabalho e impulsionar a economia, a MP revogou a Lei nº 4.594/64, que regulamentava a profissão de corretor de seguros, e alguns dispositivos do Decreto-Lei 73/66, que rege as operações de seguros privados no país – até mesmo excluindo do Sistema Nacional de Seguros Privados a categoria. Ou seja: no Brasil, corretor de seguros deixaria de ser uma atividade legalmente regulada. Até lá, a categoria, através dos seus órgãos de representação, empreende ações junto à Comissão Mista de deputados e senadores que analisa a MP e, até o fechamento desta edição, já havia conquistado uma vitória: a aprovação de novo texto prevendo a restituição da lei que havia sido revogada – mas que ainda precisaria ser apreciado pela Câmara e pelo Senado. O momento serviu para mostrar que as lideranças das seguradoras parceiras da Aconsef-RJ e do Sindseg RJ-ES, consultadas nesta reportagem, apoiam os corretores de seguros.

A profissão do **CO**rr de seguros em pauta





etor

NÚMEROS

93.859

é o total de
corretores de
seguros no Brasil

40.888

corretores
trabalham no
Estado de São Paulo,
o maior mercado
do país; no Rio de
Janeiro, são

10.353

52,8%

dos corretores
brasileiros são
pessoas físicas, e o
restante, jurídicas

15.546

corretores
associados tem o
Ibracor

Fontes: Fenacor, Ibracor

A profissão do corretor de seguros em pauta

Antes da MP 905, para exercer a atividade de corretor, era necessário fazer o curso de formação na Escola Nacional de Seguros e depois obter o registro profissional na Superintendência de Seguros Privados. A partir da sua edição, porém, qualquer cidadão poderia trabalhar como corretor, bastando estar credenciado na seguradora para a qual atua – a fiscalização passou a ser por meio de autorreguladoras e certificadoras, e não mais da Susep.

O mercado segurador não recebeu bem a novidade. Tanto os corretores, de um lado, quanto as companhias seguradoras, de outro, avaliam que a proposta não atende aos interesses do setor e dos próprios consumidores.

Por sua vez, a Susep alega que o objetivo da nova regra seria desburocratizar o acesso de quem deseja ser corretor; facilitar a entrada de novos profissionais; estimular o crescimento do setor e a melhoria da qualidade dos serviços; e reduzir o percentual da corretagem, em função da concorrência, visando diminuir o preço final do seguro.

“É uma medida extremamente forte e desnecessária, que nem sequer foi discutida conosco nem com a sociedade, tanto que foi rejeitada de forma quase unânime pelo setor”, afirma o presidente da Fenacor (Federação Nacional dos Corretores), Armando Vergílio. “A MP criou um verdadeiro buraco negro, uma insegurança jurídica completa”, diz. Para ele, a pretexto de desregulamentar a profissão para dar mais liberdade aos corretores, e usando o argumento de que a categoria está suficientemente madura para a autorregulação, o governo promoveu um “liberou geral”. “Da forma como foi feito, expôs os próprios corretores que já estavam trabalhando e os consumidores. Um mau profissional que tenha sofrido um processo administrativo e tido seu registro cassado por lesar o



Armando Vergílio,
presidente da Fenacor

consumidor hoje estaria operando normalmente.”

Vergílio lembra que quase 90% dos contratos de seguro no Brasil são hoje fechados por intermédio de corretores. Quando o segurado resolve comprar diretamente da seguradora, assume a responsabilidade pelo produto que adquire, ficando restrito aos preços e coberturas que aquela companhia oferece; já quando opta pelo corretor, transfere a responsabilidade para esse profissional. “Portanto, o corretor tem que conhecer e entender o que está vendendo, para que possa cumprir fielmente o mandato que lhe está sen-

do outorgado pelo consumidor. O corretor não é um simples intermediário; ele realiza um trabalho antecipado para o cliente e depois ainda faz um assessoramento completo durante a vigência da apólice, seja num eventual endosso ou principalmente num sinistro”, diz.

A posição da Fenacor de condenar o texto da MP 905, no que concerne aos seguros, é compartilhada pelas empresas do setor. “Como estava até a MP, a regulamentação dava muita segurança às seguradoras”, afirma o presidente do Sindicato das Seguradoras do Rio de Janeiro e Espírito Santo (Sindseg RJ/



Francisco Vidigal Filho, presidente da Sampo Seguros

ES), Antonio Carlos Costa. “Tínhamos a certeza de que o profissional que apresentava os nossos produtos, esclarecendo direitos e obrigações, estava habilitado a isso. Com a MP, qualquer cidadão poderia vender seguros, inclusive pessoas sem a qualificação para indicar o melhor produto ao cliente.” Para ele, a desregulamentação aumentaria muito a judicialização e a quantidade de vendas inadequadas, arranhando a imagem do mercado. “As seguradoras apoiam a luta legítima dos corretores pela garantia da profissão. O mercado é muito mais seguro com o corretor. Não quere-

mos o fim da profissão nem a abertura para qualquer pessoa vender seguros. E o mercado não se abriria para pessoas sem qualificação mesmo se a MP passasse como foi editada”, garante.

Maior empresa brasileira do setor, a Bradesco Seguros vai na mesma linha. “As propostas de mudanças a partir da MP 905 em nada alteram a parceria longeva que temos com os corretores de seguros”, diz Leonardo de Freitas, diretor da Organização de Vendas do grupo. “Há quase 30 anos fomos os pioneiros e abrimos as portas das agências do Bradesco para os corretores traba-

lharem conosco. Reafirmamos a visão da importância da venda consultiva e da relação direta entre as pessoas nesse processo. Os corretores são parte integrante e relevante da estrutura do maior mercado segurador da América Latina, uma posição que foi construída ao longo de décadas, e contamos com cada um deles para darmos continuidade a essa parceria vitoriosa”, afirma o executivo. “A Bradesco Seguros desenvolveu, ao longo desses anos, uma relação de confiança e parceria com os corretores, e isso deve se manter independentemente de mudanças nas regulamentações”, completa.

Na SulAmérica, vice-líder do mercado, a visão não é diferente. “Pode vir a lei que for, nós não deixaremos de trabalhar com os corretores de seguros”, disse o presidente da empresa, Gabriel Portella, em encontro com jornalistas no final de 2019. “Não vamos mudar a nossa postura em relação aos corretores, regulamentados ou não. Queremos que sejam profissionais que tenham algum registro. A categoria já tem maturidade para a autorregulamentação e a parabenizamos por isso”, afirmou na ocasião.

Na avaliação da Sampo Seguros, a desregulamentação da atividade de corretor seria um retrocesso, diz o presidente da empresa, Francisco Caiuby Vidigal Filho, pois deixaria de ser exigido o conhecimento técnico necessário à atuação profissional. Segundo ele, a Sampo conta atualmente com mais de 26 mil corretores parceiros cadastrados. “A empresa não enxerga o mercado de seguros sem o corretor e, mesmo com a desregulamentação, manteria a distribuição por meio de seus parceiros de negócios. Em suma, não temos qualquer previsão de alterar as formas de distribuição de nossos produtos”, afirma. “O corretor de seguros faz parte do dia a dia da companhia e é o nosso principal parceiro de negócios.”

MP NÃO BARATEIA SEGUROS

Outro suposto benefício da MP 905 apontado pela Susep, mas também refutado pelo mercado, é o de que a medida iria baratear os seguros. “Isso absolutamente não é verdade”, afirma o presidente da Fenacor. Sempre que uma companhia tenta vender diretamente para o consumidor, explica Armando Vergílio, o produto não só sai mais caro como ainda vincula o segurado às suas condições específicas. “A gente não custa nada para a seguradora. Só depois que fecha o negócio é que o corretor recebe a comissão.”

Vergílio contesta ainda a afirmação da Susep de que o valor médio da corretagem no Brasil é um dos mais caros do mundo e que chega a 59%. Segundo ele, enquanto por aqui o percentual para o seguro de automóvel gira em torno de 15% a 18%, no Reino Unido é de 29%, na França e no México, de 22%, e na Argentina, de 19%. “Quando ouço que a comissão no Brasil pode chegar a 59%, isso não é sério. As pessoas estão extraindo esse dado da garantia estendida, no comércio vajerista, que todo mundo sabe que não é corretagem, mas ficam tentando atribuir aos corretores.”

Para Antonio Carlos Costa, do Sindseg-RJ/ES, “é uma falácia dizer que o corretor está tornando o seguro muito caro e onerando os clientes”. Segundo o executivo, as comissões médias cobradas têm até caído nos últimos anos, em razão do aumento da competição entre as seguradoras e entre os próprios corretores. De acordo com ele, os percentuais de corretagem anunciados pela Susep como sendo os praticados no Brasil não espelham o que se costuma cobrar. “Pegaram dois ou três exemplos extre-



Antonio
Carlos Costa,
presidente do
Sindseg-RJ/ES

mos, como o da garantia estendida, que é oferecida pelo vendedor nas grandes lojas de eletrodomésticos e não reflete bem as médias do mercado. Hoje o corretor quase não tem margem, senão perde o negócio. Até porque sabe que o cliente tem meios de fazer simulações em sites especializados. Já foi o tempo em que o corretor trabalhava com muita margem.”

Costa garante que, para as seguradoras, a exclusão dos corretores não seria bom negócio e até mesmo elevaria os custos de operação, já que as empresas precisariam manter uma estrutura só para a comercialização direta, incluindo equipes inteiras de vendas e de marketing. “Sairia muito mais caro”, sentencia. “É claro que o mercado vai se modernizar e cada vez mais evoluir em direção aos meios digitais, no sentido da busca da eficiência, da redução

de custos e de oferecer produtos mais competitivos. Mas isso também acontece com os corretores. Ninguém mais vende seguro de porta em porta.”

Para Leonardo de Freitas, da Bradesco Seguros, o mercado de seguros evoluiu e vive um momento de adaptações para atender às necessidades dos clientes. “Hoje, e cada vez mais, diante da multiplicidade de opções, quem determina como e quando deseja ser atendido é o consumidor. No entanto, de forma alguma isso diminui a importância do papel do corretor, que deve se aproximar do cliente e estar sempre presente, estabelecendo uma relação de confiança, não apenas para a contratação de seguros mais complexos, mas também para os mais simples”, afirma. “É preciso, portanto, valorizar a proximidade do corretor como um consultor em todos os momentos de decisão,



Gabriel Portella,
presidente da
SulAmérica

motivando o cliente a acioná-lo sempre que necessário. Não há dúvidas de que o corretor é um importante pilar de nossos negócios.”

Já o presidente da Sompó acredita que “não necessariamente” a venda direta baratearia os seguros. Só no ano passado, conta, a seguradora investiu em mais de 200 treinamentos ministrados para corretores de seguros, nos quais foram abordados temas relacionados a técnicas de vendas e a produtos que a companhia disponibiliza. “Investimos nessa relação de parceria para garantir que o segurado tenha a consultoria adequada e saiba das coberturas e benefícios incluídos nos seguros que contrata. Caso não houvesse a consultoria do corretor de seguros, certamente teriam de ser feitos investimentos substanciais em canais de distribuição, comunicação e educação do consumidor”,

avalia Francisco Vidigal Filho.

Armando Vergílio esclarece ainda que não existe, na prática, obrigação de pagamento pela intermediação. “Para o corretor, nunca houve. Para a corretagem, é obrigatório de direito, mas nunca foi de fato, porque as seguradoras, quando emitiam apólices sem o corretor, não cumpriam o artigo 19 da Lei 4.594, que as obrigava a recolher para a Escola Nacional de Seguros ou para o Fundo de Desenvolvimento do Ensino a comissão habitualmente paga. Algumas mandavam 0,000001%, quando a nossa menor unidade monetária é 1 centavo.” A partir de 1º de julho, por decisão da Susep, referendada pelo Conselho Nacional de Seguros Privados e publicada no dia 10 de março no Diário Oficial, as seguradoras terão de informar aos clientes os percentuais cobrados a título de taxas de corretagem.

AUTORREGULAÇÃO

Segundo o presidente da Fenacor, a suspensão do registro de novos corretores na Susep, a partir da MP, causou grande prejuízo aos profissionais e às empresas de corretagem cujos pedidos já haviam sido protocolados na autarquia para começarem a operar. “Usou-se o argumento de que era para aumentar a concorrência, mas na prática fechou-se o mercado. Tínhamos em média 250 registros de empresas corretoras por mês, hoje não temos nenhum!” Vergílio diz que a categoria não abre mão da volta da Lei nº 4.594 e dos dispositivos revogados do Decreto-Lei nº 73, ambos com redação mais atual, incluindo a obrigatoriedade da habilitação técnico-profissional dos corretores e da necessidade do registro – o qual poderia ser feito não mais na Susep, mas numa autorreguladora, conforme antigo pleito da categoria.

O papel de autorregulação tem sido exercido desde outubro de 2013 pelo Instituto Brasileiro de Autorregulação do Mercado de Corretagem de Seguros, de Resseguros, de Capitalização e de Previdência Complementar Aberta (Ibracor) órgão auxiliar da Susep, e que tem sido a única instituição no país a desempenhar essa função – embora Vergílio lembre que outras autorreguladoras poderão vir a exercê-la. Segundo ele, essas entidades são importantes para produzir normas de boa conduta e de comportamento ético por parte dos corretores, com o intuito de defender o consumidor. “A filiação a uma autorreguladora é facultativa, mas o profissional sério vai querer ter o selo, para que o mercado possa dar as respostas de que o país necessita. A própria seguradora vai preferir trabalhar com esses corretores.”

Aconsef-RJ apoia a autorregulação

O presidente da Aconsef-RJ, Luiz Philipe Baeta Neves, apoia o Ibracor como autorregulador da categoria dos corretores de seguros. “Hoje, o Ibracor é a instituição existente com maior estrutura para desempenhar essa função, e já nos deu um sinal positivo com a Circular 01, que prestigia e reconhece as assessorias de seguros ao permitir um cadastro diferenciado por essas empresas. Antes, com a Susep, não havia distinção entre corretoras e assessorias”, diz Baeta. “A OAB regula os advogados, o Crea, os engenheiros; o Creci, os corretores de imóveis. Nenhuma dessas organizações é ligada ao governo, e entendemos que assim também deve ser com os corretores de seguros.”

Antonio Carlos Costa, presidente do Sindseg-RJ/ES, defende também que “com a autorregulação, o corretor não fica dependendo do Estado só para ter uma carteirinha.”



Luiz Philipe
Baeta Neves,
presidente da
Aconsef-RJ

“O Ibracor é a instituição com maior estrutura para desempenhar essa função, e já nos deu um sinal positivo com a Circular 01, que reconhece as assessorias de seguros ao permitir um cadastro diferenciado por essas empresas”

Luiz Philipe Baeta Neves



Leonardo de Freitas, da Bradesco Seguros

“Por meio dos corretores, é possível aumentar a venda de seguros ainda pouco explorados, sempre com foco nas reais necessidades do cliente, e fazer a ponte com os produtos disponíveis. E eles ainda têm o desafio de quebrar paradigmas e fomentar a cultura do seguro”

Leonardo de Freitas

TRADIÇÃO E CONFIABILIDADE

O presidente do Sindicato vê com muita preocupação o texto da MP 905, tal como foi enviado ao Congresso. “Apoiamos os corretores porque sabemos que são um canal de vendas importante, tradicional e confiável. Hoje são 90 mil corretores no país, que respiram seguro 24 horas por dia, e ainda assim é comum haver um mau entendimento por parte do consumidor. Imagine se não houvesse esse profissional!”, diz Costa. “Estão tratando o corretor como se fosse o vilão e estivesse tornando o seguro caríssimo no Brasil.”

De acordo com a Bradesco Seguros, os corretores assumem cada vez mais um papel de protagonistas na indústria de seguros em geral. “Por meio deles, é possível aumentar a venda de seguros ainda pouco explorados, sempre com foco na identificação das reais necessidades do cliente, e fazer a ponte entre esses anseios e a crescente gama de produtos disponíveis no mercado. O corretor ainda tem o principal desafio de quebrar paradigmas e contribuir para fomentar a cultura do seguro”, avalia Leonardo de Freitas. “A participação do corretor de seguros profissional, que tenha as certificações e o preparo adequado para o exercício da atividade, é a garantia de um mercado segurador dinâmico e juridicamente mais protegido”, afirma Vidigal Filho, da Sompó.

Para Armando Vergílio, os corretores formam uma categoria que colabora “sensivelmente” para o desenvolvimento do mercado segurador. “Temos consciência de que só seremos importantes se continuarmos agregando valor para o consumidor e para o mercado como um todo. As seguradoras nos querem não porque somos bonitinhos, mas porque somos o melhor, mais barato e mais eficiente canal de distribuição de seguros no Brasil.” Ele lembra que o mercado tem crescido ao ritmo de dois dígitos anuais e que hoje representa 6% do PIB, ante 1% antes do Plano Real, lançado em 1994. “E quem está carregando esse desenvolvimento nos ombros chama-se corretor de seguros.”



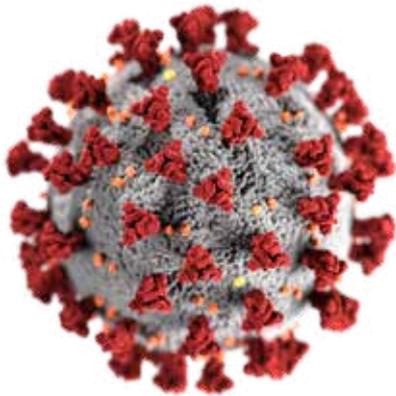
Tratamento independente do resultado laboratorial e deve ser indicado a partir do diagnóstico clínico, feito pela equipe médica de atendimento

ANS



CORONAVÍRUS: OS IMPACTOS NO SETOR

Pandemia da doença chamada COVID-19 coloca população em quarentena preventiva e deixa mercado de seguros em alerta



Aulas suspensas, pontos turísticos, shoppings e outros estabelecimentos fechados, eventos cancelados ou adiados: a COVID-19, transmitida pelo novo coronavírus, avançou para a categoria de pandemia no início de março, mudando totalmente a rotina dos brasileiros. No mercado de seguros, como em qualquer outro, as principais medidas imediatas foram a adoção do regime de *home office* pelas empresas e um grande movimento de conscientização de funcionários sobre como se prevenir contra o contágio.

Na outra ponta, um cenário como esse afeta, inevitavelmente, o segmento de Saúde Suplementar. Como os planos de saúde atuam em uma situação como a atual? De acordo com a Agência Nacional de Saúde Suplementar (ANS), o tratamento de pacientes diagnosticados com o vírus fica garantido, levando-se em consideração o tipo de convênio médico – ambulatorial ou hospitalar. Conforme informado em nota divulgada pelo órgão, “o tratamento independente do resultado laboratorial e deve ser indicado a partir do diagnóstico clínico, feito pela equipe médica de atendimento”.

Já o exame para detectar a presença ou não da COVID-19 não está previsto na cobertura dos planos, sendo realizado pela rede pública de saúde. “O acompanhamento da COVID-19 segue os protocolos e as diretrizes do Ministério da Saúde, autoridade sanitária responsável pela resposta brasileira à doença”, frisou o comunicado. A agência assegurou, ainda, a sua participação ativa na disseminação de informações sobre a doença.

Enquanto isso, as companhias que operam planos de saúde também to-

mam iniciativas no sentido de contribuir para a normalização do quadro: a SulAmérica, por exemplo, liberou para os seus beneficiários acesso ilimitado a consultas por vídeo e ligação telefônica durante o período de alta proliferação do vírus; e a Bradesco Saúde preparou para os seus colaboradores, segurados e corretores uma cartilha com orientações sobre a doença, formas de transmissão, principais sintomas e como se prevenir, além de ampliar o horário de funcionamento de parte de sua rede de clínicas para atendimento exclusivo a casos suspeitos da doença.

No Rio, cursos, palestras e encontros do Sincor-RJ foram adiados por 30 dias e eventos como o CCS-RJ CONNECTION, que seria promovido no dia 31 de março pelo CCS-RJ e pela Educa Seguros, e o 9º Encontro de Resseguro, da CNseg e da Fenaber, foram adiados e/ou cancelados. O mesmo vale para o 4º CONSEGNE, da Fenacor, e diversos outros. Esse movimento está sendo observado em todo o país, para não dizer em todo o mundo, em linha com orientações da Organização Mundial de Saúde (OMS).

Além dos prejuízos diretos gerados por uma pandemia como esta, com a recomendação geral de que a população permaneça em casa, os impactos econômicos serão inevitáveis em todas as escalas – seja a nível mundial, nacional ou local. Neste momento, entra em pauta também o papel desempenhado pelo mercado na reposição desses custos por meio da transferência de riscos. As empresas precisarão ser resilientes, trabalhando em planos de gerenciamento de crise e pela continuidade de seus negócios.



Orientações da FenaSaúde

A FenaSaúde disponibilizou, em seu site, orientações e esclarecimentos a respeito da cobertura de exames e tratamentos do novo coronavírus por parte dos planos de saúde. Em formato de perguntas e respostas, a entidade tira possíveis dúvidas dos beneficiários. Uma delas esclarece sobre onde o exame específico para detecção da COVID-19 deve ser realizado: “o beneficiário não deve se dirigir a laboratórios, hospitais ou outras unidades de saúde. A coleta de material para o exame, quando for o caso e se disponível, será feita em domicílio ou ambiente hospitalar, a fim de evitar contaminação de outras pessoas”, informa a Federação.

Como minimizar prejuízos na pandemia?

Depois da saúde, a principal preocupação diante da pandemia é a sustentabilidade dos negócios. Empresas de todos os portes, mas em particular as pequenas e médias, estão sentindo as consequências trazidas por um isolamento social sem precedentes no país e no mundo. Ainda assim, há formas de se adaptar.

“A tecnologia nos permite continuar prestando serviços mesmo com toda a equipe em *Home Office*, graças ao WhatsApp, Facebook, e-mail e sites, que devem ser atualizados com informações exclusivas para facilitar a vida do corretor assistido pelas assessorias”, aconselha o presidente da Aconseg-RJ, Luiz Philipe Baeta Neves, pensando nas assessorias de seguros.

“É hora de nos fazermos presentes,

comunicando os corretores sobre as iniciativas das seguradoras diante dessa pandemia”, diz. Como exemplo, ele cita a autovistoria de automóveis, que neste momento se tornou importantíssima, já que elimina a etapa presencial da contratação ou renovação de um contrato de seguro Auto.

Dando seu testemunho, ele mostra que pequenas iniciativas podem fazer a diferença neste momento. “Na minha empresa, a simples criação de um grupo no WhatsApp gerou uma grande troca entre os funcionários que atendem os corretores das nossas filiais, com uma agilidade que não existia antes. Já no dia seguinte decidi que manteria esse canal depois que voltarmos à operação normal”, conta o executivo.

Todo momento de crise traz oportunidades, e se diferenciar é o que vai minimizar suas consequências econômicas negativas. Que tal criar um canal para compartilhar informações do setor com a sua equipe, orientando sobre como fazê-las chegarem aos clientes?



O boom do ensino à distância

A mobilização em torno da pandemia do coronavírus gerou iniciativas positivas em diversos aspectos, e um dos mais notados foi o aumento significativo na oferta de conhecimento online.

O presidente da Aconseg-RJ, Luiz Philipe Baeta Neves, afirma enxergar “a consolidação de uma tendência na qual viemos investindo na Aconseg-RJ: o ensino à distância. A Universidade Aconseg já oferece diversos cursos online de capacitação profissional, e o tempo que economizamos por não podermos nos deslocar também pode ser usado para adquirir conhecimento”, ele finaliza.

Já que as pessoas estão ficando em casa, com uma crescente necessidade de ocupar suas mentes com algo que não seja apenas a preocu-

pação com a nova doença, diversas empresas de capacitação, consultoria e educação estão dando grandes descontos em cursos e palestras. Além de manter os cursos de capacitação profissional já oferecidos a preços destacadamente acessíveis desde antes da crise, a Universidade Aconseg disponibilizará versões com aulas ao vivo.

A ENS é outra instituição que oferece programas via Escola Virtual. Os oito cursos disponíveis, totalmente gratuitos, são: Relações de Consumo, Iniciação em Seguros, Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), Liderança de Pessoas, Procedimentos Operacionais para Corretoras de Seguros, Regulação de Sinistros para Corretores de Seguros, Responsabilidade Social Empresarial como Vantagem Competitiva e Gestão de Mudanças (também em espanhol). Os dois últimos são extensões e os demais, cursos técnicos.

Os contratos de seguros

A pandemia também lança luz sobre cláusulas e condições gerais de apólices de seguros de segmentos como o de Vida. A grande maioria das seguradoras lista entre seus riscos excluídos, justamente, situações de epidemia e pandemia. O que tem acontecido, porém, é que muitas companhias anunciaram a decisão de manter as coberturas apesar da existência dessa exclusão nos contratos. Essa posição tem sido vista como bastante positiva por corretores de seguros, e ressaltado o papel também social desempenhado pelo setor.

MEDIDAS DO GOVERNO



Diante da crise, o governo federal aprovou projeto que prevê auxílio emergencial de R\$ 600 mensais durante três meses para trabalhadores informais, autônomos e outros trabalhadores, como os que têm contrato intermitente. Após votação no Senado, foram incluídos também aqueles que têm contrato intermitente inativo, autônomos e microempreendedores individuais (MEI), sendo esta última categoria ocupada por muitos corretores de seguros.

Apelidada de “coronavoucher”, a ajuda deverá beneficiar 30 milhões de brasileiros, com pagamento mensal de R\$ 600 durante três meses. O custo previsto é de R\$ 60 bilhões. Os pagamentos serão realizados primeiro aos integrantes do Bolsa Família e aos registrados do Cadastro Único, depois aos demais contemplados.

O projeto ainda traz a dispensa às empresas do pagamento dos primeiros 15 dias de afastamento do trabalhador devido ao novo coronavírus. De acordo com o texto, as companhias poderão deixar de recolher o valor devido ao INSS, até o limite do teto do regime geral (R\$ 6.101,06).

Regras:

Para receber o auxílio, o trabalhador não pode ter aposentadoria, seguro-desemprego ou ser beneficiário de outra ajuda do governo. Também não pode fazer parte de programa de transferência de renda federal, com exceção do Bolsa Família. Até dois membros da família terão direito ao auxílio. Se um deles receber o Bolsa Família, terá que optar pelo benefício que for mais vantajoso.

O pagamento será feito pela Caixa de forma escalonada, como foi o do saque imediato do FGTS. Clientes do banco terão o dinheiro depositado diretamente nas suas contas. Já correntistas de outras instituições poderão optar por transferir os valores para suas contas sem a cobrança da transferência.

Requisitos para receber o benefício:

- Ser maior de 18 anos de idade;
 - Não ter emprego formal;
 - Não receber benefício previdenciário ou assistencial, seguro-desemprego ou de outro programa de transferência de renda federal, com exceção do Bolsa Família;
 - Renda familiar mensal per capita (por pessoa) de até meio salário mínimo (R\$ 522,50) ou renda familiar mensal total (tudo o que a família recebe) de até três salários mínimos (R\$ 3.135,00);
 - Não ter recebido rendimentos tributáveis, no ano de 2018, acima de R\$ 28.559,70.
- O interessado deverá cumprir uma dessas condições:
- Exercer atividade na condição de microempreendedor individual (MEI);
 - Ser contribuinte individual ou facultativo do Regime Geral de Previdência Social (RGPS);
 - Ser trabalhador informal inscrito no Cadastro Único para Programas Sociais do Governo Federal (CadÚnico);
 - Ou ter cumprido o requisito de renda média até 20 de março de 2020;
 - Também será possível preencher uma autodeclaração a ser disponibilizada pelo governo.

Fonte: R7 (01/04/2020)

MEDIDAS DO GOVERNO



PARA OS EMPRESÁRIOS

O governo também anunciou uma nova medida provisória (MP) para permitir a redução da jornada de trabalho e dos salários de trabalhadores durante três meses. Parte da redução salarial será compensada pelo governo, a um custo de R\$ 51 bilhões. As empresas poderão reduzir em até 70% o salário e a jornada de todos os seus funcionários, segundo a medida, que altera as relações trabalhistas no período de crise do coronavírus.

O texto prevê que o trabalhador receberá, em contrapartida, uma parcela do seguro-desemprego. Se o empregador cortar 70% do salário, o governo entrará com o equivalente a 70% do que o trabalhador receberia de seguro-desemprego. A MP inclui também trabalhadores domésticos e as microempresas com faturamento de até R\$ 360 mil por ano.

A medida provisória propõe ainda outros percentuais de redução salarial:

de 50% e 25%. O empregador terá que optar por um deles para receber ajuda do seguro-desemprego na complementação dos salários dos trabalhadores afetados. O recurso poderá ser adotado de microempresas a empresas de grande porte, em qualquer tipo de salário, sem tratamento diferenciado entre os setores da economia. Em nenhum caso, os trabalhadores poderão receber menos que um salário mínimo.

Fonte: Época Negócios

PRESIDENTE NOVO NO SINDICATO DAS SEGURADORAS RJ/ES

A presidência do Sindicato das Seguradoras do RJ/ES terá novo ocupante. Antonio Carlos Costa, da HDI Seguros, foi o escolhido em eleição para assumir o cargo em mandato de dois anos na função.

Com mais de 35 anos de experiência no mercado segurador, Costa já ocupou os cargos de conselheiro fiscal e diretor no Sindicato e teve passagem em grandes seguradoras nacionais e internacionais, atuando em várias regiões do Brasil.

Formado em Administração de Empresas, com MBA em Seguros pela PUC-Rio, está há 20 anos na HDI Seguros. Antes de assumir a diretoria regional RJ/ES, cargo que ocupa desde 2014, foi diretor regional Norte/Nordeste, liderando a implantação das filiais nessas regiões. Ele assume a presidência com o fim do mandato de Roberto Santos, presidente da Porto Seguro, que estava na função desde 2013.

“Presidir o Sindseg RJ/ES é uma grande satisfação e motivo de muito orgulho. Este Sindicato vem contribuindo de forma relevante para a disseminação da cultura do seguro, através de várias ações estratégicas, além de interagir com as autoridades estaduais e municipais, firmando várias parcerias

em prol do bem-estar do cidadão e do progresso regional”, afirmou.

Segundo Costa, o trabalho em 2020 será focado no aperfeiçoamento da atuação regional, contribuindo de forma eficaz para o desenvolvimento do mercado de seguros, com especial atenção para o esclarecimento do consumidor sobre a importância das diversas proteções que o seguro pode lhe

oferecer.

Ele lembra que a receita anual do setor apresentou evolução nominal de 12,1% em 2019, totalizando R\$ 270,1 bilhões sem contar Saúde Suplementar e DPVAT. “No Rio de Janeiro tivemos um crescimento de apenas 3%, totalizando R\$24,4 bilhões, refletindo a crise econômica que o estado atravessa. Mas tivemos avanços importantes na segurança pública. O roubo de cargas transportadas registrou queda de 18,8% e o roubo/furto de veículos teve queda de 18,4%. Em 2018 tivemos 67.891 veículos roubados ou furtados contra 55.345 em 2019”, diz.

Já no Espírito Santo o crescimento foi de 23%, bem acima da média nacional, totalizando R\$3,6 bilhões de receitas, com destaque para seguros de Vida e VGBL, que juntos tiveram crescimento de 33%. “O ES vive um bom momento econômico, refletido no bom desempenho do setor de seguros”, ele finaliza.

Antonio
Carlos
Costa



SULAMÉRICA CONCLUI VENDA DE CAPITALIZAÇÃO

A partir fevereiro de 2020, os clientes de Capitalização da SulAmérica passam a ser atendidos pela Icatu Seguros. O movimento é resultado da finalização da transação que envolveu a venda da carteira, anun-

ciada pelas empresas em julho de 2019. A negociação envolveu tanto os produtos de garantia locatícia, o SulAmérica Garantia de Aluguel, quanto os vinculados a títulos de capitalização da modali-

dade incentivos. A SulAmérica foi uma das pioneiras na atuação em capitalização no Brasil. Ao lado do corretor de seguros, exerceu papel importante no crescimento desse mercado no país.

NOVA DIRETORIA DA ACONSEG-MG TOMA POSSE



Nova diretoria: Carlos Eduardo Brum, José Ivan Fonseca, Hélio Loreno, Robson Carneiro e Jader Abreu

A nova diretoria da Aconseg-MG tomou posse no dia 18 de fevereiro, na sede da entidade, em Belo Horizonte. O empresário Robson Augusto Carneiro estará à frente da entidade nos próximos dois anos.

O presidente informa que o plano de ações da entidade está focado em três pilares. “Em primeiro lugar, vamos solidificar a marca Aconseg-MG e mostrar a importância das

assessorias para o mercado segurador. A ideia é atrair novos associados e fortalecer a instituição”, esclarece.

Outra meta, de acordo com o dirigente, é promover atividades de formação para os corretores parceiros. “Estaremos mais perto dos corretores, auxiliando-os a crescer nos negócios. O objetivo é prepará-los para acessar os produtos das seguradoras parceiras e ganhar mais

credibilidade na hora de entregar o seguro ao consumidor final”.

O terceiro propósito da nova diretoria diz respeito à inserção da Aconseg-MG no universo digital. “Vamos movimentar as mídias digitais da entidade, criando canais de comunicação permanentes com as assessorias e corretores, sempre pensando no crescimento do mercado para todos”.

SUSEP REGULAMENTA REGISTRO DE OPERAÇÕES DE SEGUROS

A Superintendência de Seguros Privados (Susep) iniciou a operação do sistema de registro de operações no setor de seguros. A resolução sugerida pela Susep para viabilizar esse avanço foi aprovada na reunião do Conselho Nacional de Seguros Privados (CNSP) do dia 20 de março. A norma determina que as entidades supervisionadas pela autarquia efetuem o registro de suas operações de seguro, previdência complemen-

tar aberta, capitalização e resseguro em sistemas de registro previamente homologados e administrados por entidades registradoras credenciadas pela autarquia.

A medida, que ainda depende de regulamentação complementar, valerá inicialmente para o seguro garantia e se estenderá progressivamente para outros segmentos, com implementação completa em até três anos. O modelo toma como referência sis-

temas e normas já adotados no Brasil por instituições como o Banco Central e a Comissão de Valores Mobiliários (CVM).

Uma das metas é garantir maior transparência ao mercado e ao consumidor. “O registro de operações permitirá a modernização sistemática da forma como os dados são enviados para a Susep”, explica o diretor Vinícius Brandi. “Espera-se que o envio se torne mais ágil e eficiente”, diz.

ANTONIO CÁSSIO DOS SANTOS ASSUME CONSELHO DO IRB BRASIL RE

O economista Antonio Cássio dos Santos foi indicado como o novo presidente do Conselho de Administração do IRB Brasil RE. CEO Américas e Sul da Europa do Grupo Generali Itália nos últimos cinco anos, o executivo teve seu nome indicado pela União, que tem tal prerrogativa por deter a ação preferencial de classe especial (*golden share*) da companhia.

“É realmente um desafio instigante atuar em uma companhia líder no setor de resseguros na América Latina, em franca expansão de suas atividades no Brasil e no exterior”, diz Antonio Cássio, que acrescenta: “espero contribuir com o desenvolvimento da visão estratégica e dos mecanismos de aprimoramento da governança e

transparência na empresa. O objetivo é ampliar a geração de valor do IRB Brasil RE para seus clientes, acionistas, investidores, colaboradores e demais públicos”.

Antonio Cassio conta com mais de 30 anos de experiência no segmento de seguros. Antes da Generali, foi presidente regional e CEO América Latina da seguradora Zurich e presidente e CEO do Grupo Mapfre Seguros Brasil, além de ter sido o CFO (RAS Brasil) do Grupo Allianz.

Eleito quatro vezes “Executivo de Valor” como melhor CEO do setor pelo Jornal Valor Econômico, é também considerado um dos cinco executivos mais influentes da América Latina no setor de seguros pela Insurance Business Review.



JAPONESA. 130 ANOS. UMA DAS MAIORES SEGURADORAS DO MUNDO. ESSA É A SOMPO SEGUROS.

Presente em mais de 30 países, a Sompo Seguros oferece em seu portfólio o Seguro Empresarial, com mais de 70 coberturas voltadas para pequenas e grandes empresas do comércio, de serviços e indústrias, além de um suporte completo e especializado:

- Renovação simplificada com a ferramenta Renova Fácil;
- Acompanhamento e gerenciamento de risco;
- Assistência 24 horas com 40 opções de serviços.

www.sompo.com.br

NOVAS CONTRATAÇÕES NA SAÚDE SUPLEMENTAR

Levantamento do IESS indica expectativa positiva para 2020, se projeções para a economia nacional se confirmarem

“Se os empregos formais e o PIB crescerem conforme as expectativas do mercado, será possível que o país veja o início de um processo de retomada do número de beneficiários da saúde suplementar”

José Cechin, superintendente executivo do IESS

Brasil inicia 2020 com aumento na contratação de planos médico-hospitalares. O total de planos de saúde desse tipo cresceu moderadamente (0,05%) na comparação entre janeiro de 2020 e o mesmo mês do ano anterior, gerando 23,5 mil novos vínculos. Os números integram a Nota de Acompanhamento de Beneficiários (NAB), do Instituto de Estudos de Saúde suplementar (IESS). No total, há 47,03 milhões de beneficiários no Brasil.

“Apesar de modesta, a alta é um bom indicativo para o setor”, opina José Cechin, superintendente executivo do IESS. “Se os números de empregos formais e o Produto Interno Bruto (PIB) crescerem conforme as expectativas do mercado, será possível que o país veja o início de um processo de retomada do número de beneficiários da saúde suplementar, que passou pelo rompimento de mais de 3 milhões de vínculos entre 2014 e 2017”, analisa.

O executivo destaca que o avanço de 0,05% é tímido frente ao crescimento do emprego formal com carteira assinada, que, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), foi de 2,6% em 2019. Os planos empresariais tiveram um crescimento modesto de 0,13%. A explicação, segundo o executivo, está no fato de o avanço do emprego com carteira assinada ter sido mais

pronunciado nos setores não industriais – enquanto a indústria registrou 29,8 mil novos postos, os outros setores abriram 614,3 mil –, que normalmente têm adesão mais baixa a planos corporativos.

Mesmo com o resultado positivo, apenas 13 das 27 Unidades da Federação tiveram aumento de vínculos nos 12 meses encerrados em janeiro. Entre eles, os maiores avanços foram registrados no Sudeste. Minas Gerais passou a atender 46,7 mil novos vínculos, alta de 0,9%; no Rio de Janeiro, foram 27,9 mil novos vínculos (+0,5%) e no Espírito Santo, 22,5 mil (+2,1%). Por outro lado, São Paulo foi o estado em que mais pessoas deixaram de contar com os planos médico-hospitalares: 45,7 mil vínculos foram rompidos no período, uma retração de 0,3%.

“Podemos, claramente, relacionar esse desempenho negativo constatado pela NAB nesta Unidade da Federação ao aumento da informalidade no mercado de trabalho paulista, constatado pelo IBGE desde 2016 e que, atualmente, está em 32%”, completa Cechin.

Fora do Sudeste, os estados que apresentaram os melhores resultados foram: Goiás, no Centro-Oeste, com 21,7 mil novos beneficiários (+1,9%); Bahia, no Nordeste, com 15,7 mil vínculos firmados (+1%); Amazonas, no Norte, com 15,1 mil novas contratações (+3%); e Paraná, onde 9,7 mil pessoas passaram a ser atendidas por planos médico-hospitalares (+0,3%).

Planos odontológicos

De acordo com a atualização, há 25,9 milhões de vínculos desse tipo no Brasil. O número representa um avanço de 6,5% nos 12 meses encerrados em janeiro ou 1,6 milhão de novos beneficiários.





Essa foi uma iniciativa inédita dentro da Associação, que ajudou a mostrar a competitividade das assessorias de seguros no mercado

Luiz Philipe Baeta Neves, presidente da Aconseg-RJ



CAMPANHA ACELERA ACONSEG-RJ

Campanha voltada aos corretores de seguros das assessorias associadas teve sua primeira edição em 2019

O terceiro e último sorteio da primeira edição da campanha Acelera Aconseg, lançada em 2019 pela Associação das Empresas de Assessoria e Consultoria de Seguros do Estado do Rio de Janeiro (Aconseg-RJ), fechou o primeiro ciclo de reconhecimento ao trabalho dos corretores das assessorias de seguros associadas. No total, nove corretores de diferentes assessorias foram premiados com três Motos Honda 125 e seis smartTVs de 32 polegadas.

Com o objetivo de trazer cada vez mais negócios para as seguradoras parceiras das assessorias de seguros associadas, a Acelera Aconseg englobou todos os ramos de seguros, para corretores pessoa física ou jurídica. O regulamento determina que esses profissionais recebem um cupom para cada apólice de

seguro nova e para cada renovação, realizada com as seguradoras parceiras da Associação, de produtos que estivessem até então contratados com outras companhias (não parceiras).

Depois disso, as assessorias ficaram encarregadas de reunir os cupons referentes à produção de todos os seus corretores e enviar à Aconseg-RJ dentro dos prazos estabelecidos para cada sorteio – realizados quadrimestralmente, sempre com a presença dos participantes.

“Essa foi uma iniciativa inédita dentro da Associação, que ajudou a mostrar a competitividade das assessorias de seguros dentro do mercado. Nossa atuação influencia significativamente a produção das seguradoras parceiras, e é por isso que quem está junto não abre mão dessa parceria”, afirmou o presidente da Aconseg-RJ, Luiz Philipe Baeta Neves.

Galeria de premiados



HDI
LANÇA

CAMPANHA COM LUCIANO HUCK

Filme publicitário aborda o tema da mobilidade urbana, reforçando o compromisso da seguradora de desenvolver cada vez mais produtos para proteger as pessoas no seu ir e vir

“A HDI vem atingindo ótimos resultados nos ramos de automóvel, residência e empresa. Mas sabemos que para continuar avançando é preciso ir além, acompanhando e antecipando as necessidades das pessoas”

Murilo Riedel, CEO da HDI Seguros

A HDI Seguros lançou em março, no intervalo do Jornal Nacional, uma nova fase da campanha que marca a atual fase da companhia. Estrelado pelo apresentador Luciano Huck, o vídeo publicitário mostra diferentes meios de transporte utilizados pelas pessoas – como carro, moto, patinete, aplicativo de mobilidade, e até mesmo a caminhada – reforçando o posicionamento da HDI de uma seguradora que protege as pessoas em suas jornadas, em diferentes modais de locomoção.

A campanha publicitária, baseada no mantra “Humana, Digital, Inovadora”, traz as premissas que orientam a atuação da companhia, ou seja, considerar a jornada das pessoas, se apropriar de recursos tecnológicos com inteligência e se renovar sempre, pois o mundo muda todos os dias. O primeiro vídeo foi exibido no fim de dezembro e apresentava essa nova HDI. Agora a seguradora mostra que quer estar junto das pessoas

protegendo sua mobilidade, um atributo cada vez mais valorizado, pois impacta em tempo livre para aproveitar a vida. A campanha segue com inserções em TV aberta e fechada, além de peças digitais nos principais portais da internet e nos perfis da HDI no Instagram, Facebook, LinkedIn e Twitter; ativações em telões e mobiliário de aeroportos, em mobiliário urbano e em eventos setoriais e *summits* que serão promovidos pela empresa.

“A HDI vem atingindo ótimos resultados nos ramos de automóvel, residência e empresa. Mas sabemos que para continuar avançando é preciso ir além, acompanhando e antecipando as necessidades das pessoas, que evoluem e se modificam a cada dia. As transformações em mobilidade, principalmente em grandes centros urbanos, impulsionadas por novos negócios desenhados a partir de tecnologia *mobile*, são exemplo dessas mudanças. É por isso que queremos ser a seguradora que acompanha e protege a jornada das pessoas”, destaca Murilo Riedel, CEO da HDI Seguros.

A HDI trabalha para ser uma empresa humana, digital e inovadora. São mais de 1,2 mil colaboradores cuidando de 2,5 milhões de segurados nos ramos de automóveis e residências, principalmente, o que a torna a 5ª maior seguradora Auto e 6ª maior em residência, com base nos dados de mercado sobre prêmios diretos emitidos em 2018, consolidados por grupo segurador. A HDI conta com 49 filiais, 18 escritórios e 46 unidades de atendimento a sinistro, os HDI Bate-Prontos.



Luciano Huck e a nova campanha da HDI

“2019 foi um período de resultado operacional recorde, com crescimento consistente, melhoria de rentabilidade, expansão da nossa base de clientes e aumento dos níveis de satisfação dos beneficiários”

Gabriel Portella, presidente da SulAmérica

SULAMÉRICA: LUCRO LÍQUIDO CRESCE 30,7%

Companhia soma R\$ 1,2 bilhão de lucro líquido em 2019 e R\$ 452,9 milhões no último trimestre

A SulAmérica teve aumento de 15,1% em seu lucro líquido no 4º trimestre de 2019 na comparação com o mesmo período do ano anterior, alcançando R\$ 452,9 milhões. Já no acumulado do ano, ele cresceu 30,7% em relação a 2018, somando R\$ 1,2 bilhão.

As receitas operacionais da companhia somaram R\$ 22,3 bilhões, 8,9% superiores a 2018, sem perder o foco na busca permanente por aumento da eficiência operacional. “2019 foi um ano para ficar marcado na história da SulAmérica! Um período de resultado operacional recorde, com crescimento consistente e melhoria de rentabilidade combinados à expansão da nossa base de clientes e ao aumento dos níveis de experiência e satisfação de nossos beneficiários”, comenta Gabriel Portella, presidente da companhia. “Também intensificamos os investimentos em inovação, tecnologia e digitalização de processos e serviços, que são fundamentais para a sustentabilidade da nossa operação”, completa.

As operações de seguro saúde e odontológico alcançaram mais de 4 milhões de beneficiários, crescendo de forma consistente, sustentável e acima do mercado, com adições líquidas de 84 mil vidas em planos de saúde coletivos ao longo do ano. Em Odonto, a recente conclusão da aquisição da Prodent contribuiu para que a operação alcançasse 1,7 milhão de beneficiários em dezembro/2019. A sinistralidade dessas operações apresentou melhora de 0,3 p.p. em relação a 2018, para 78,9% – melhor número para esse indicador desde 2010.

“Nossos resultados são frutos de uma visão de longo prazo, com uma adequada estratégia de subscrição, força de vendas, qualidade dos serviços e da nossa operação, conjugada com a gestão de

sinistros, dos nossos custos e despesas e, mais recentemente, da coordenação de cuidado”, comenta Portella. “A expansão da estratégia de Cuidado Coordenado segue em ritmo acelerado, com o desenvolvimento de iniciativas para colocar cada vez mais o beneficiário no centro das decisões”, completa, referindo-se aos mais de 400 mil beneficiários na plataforma e 1,7 mil médicos.

Foram alcançados R\$ 8 bilhões em reservas de Previdência, aumento de 12,4% na comparação com dezembro de 2018, puxado pelo maior volume de contribuições e aportes, além da rentabilidade acumulada dos fundos. As receitas operacionais foram de R\$ 794,2 milhões no ano, 25,1% superiores em relação a 2018, reflexo do crescimento do produto VGBL, que contribuiu também para a evolução positiva da margem bruta no ano. O segmento de Vida apresentou receitas operacionais de R\$ 504,9 milhões, cerca de 5% superiores a 2018.

Nos segmentos de automóveis e ramos elementares, a companhia segue no processo da transação de venda para a Allianz, e as receitas operacionais foram de R\$ 3,5 bilhões, redução de 3,3% em relação a 2018.

A SulAmérica Investimentos encerrou o quarto trimestre com o montante recorde de R\$ 46 bilhões em ativos sob gestão, aumento de 10,7% em relação a 2018, devido ao maior volume de ativos de terceiros, que atingiram R\$ 28,2 bilhões (+ 13%).

Além dos resultados positivos, 2019 marcou importantes evoluções em temas ambientais, sociais e de governança (ASG). “Passamos a integrar também o principal índice da Bolsa de Valores Brasileira -, Ibovespa, desde janeiro deste ano”, finaliza Portella.



“Esse desempenho comprova que a atividade seguradora, longe de ser obsoleta, responde positivamente e com rapidez a estímulos econômicos e sociais, ainda que tímidos. O pano de fundo é a crescente preferência da população pela proteção contra riscos”

Marcio Coriolano, presidente da CNseg

SEGUROS: CRESCIMENTO DE 12,1%

Maior taxa desde 2012, forte desempenho é alcançado em ano de baixo crescimento do PIB. Prêmios anuais somam R\$ 270,1 bilhões e provisões, quase R\$ 1,2 tri

A receita anual do setor segurador apresentou evolução nominal de 12,1% em 2019 – a maior taxa desde 2012 –, totalizando R\$ 270,1 bilhões sem contar Saúde Suplementar e DPVAT. Descontada a inflação, o crescimento foi de 8,1%. Essa recuperação se deveu ao crescimento real apresentado por todos os segmentos avaliados pela publicação Conjuntura CNseg.

Os destaques foram os seguros de Pessoas (15%) – favorecidos pela alta de 13,9% dos planos de riscos e de 16,8% dos planos de acumulação; Capitalização (13,8%), Responsabilidade Civil (19%), Rural (15,6%), Habitacional (12,5%) e Patrimonial (10,9%). “Esse desempenho superlativo comprova que a atividade

seguradora, longe de ser obsoleta, responde positivamente e com rapidez a estímulos econômicos e sociais, ainda que tímidos. O pano de fundo é a crescente preferência da população pela proteção contra riscos, o aumento da confiança de empresas e famílias nas seguradoras, o avanço tecnológico que permite velocidade da inovação em produtos e serviços, e a ampliação da concorrência intrassetorial”, declara o presidente da CNseg, Marcio Coriolano, ao listar os fatores que mais puxaram a vistosa recuperação.

Em editorial

assinado na nova edição da Conjuntura CNseg, Marcio Coriolano assinala que o crescimento apresentado por diversos ramos de seguros demonstra também que o setor cumpriu sua missão de desonerar o Estado de gastos para o amparo à sociedade. “Em 2019, considerando-se a expansão em todos os segmentos de seguros, o setor foi mais decisivo em contribuir para a proteção de rendas e patrimônios ameaçados pela queda do rendimento médio do trabalho, pelo desemprego em níveis altos, e pela estagnação do produto de amplos segmentos produtivos”, acrescenta.

O tom de aquecimento dos negócios puxou o montante das provisões técnicas – garantem os riscos assumidos pelo sistema – elevando-as a inéditos R\$ 1,11 trilhão. Essa montanha de dinheiro fortalece a economia doméstica e dá lastro para financiar a dívida pública.

Sobre 2020, o presidente Marcio Coriolano afirma que “os fundamentos econômicos – notadamente inflação controlada e ancoragem da taxa de juros – parecem prenunciar maior diversificação da demanda por seguros, embora, com essa base expansionista forte observada em 2019, o setor precisará crescer muito para apresentar resultado equivalente ao já obtido. O cenário neste ano corrente dependerá crucialmente do aumento do PIB para abrir espaço à recuperação de ramos de seguros caudatários da produção industrial, que é o caso dos grandes riscos patrimoniais. E dependerá também do incremento da renda pessoal e do emprego, combustíveis da demanda por produtos básicos patrimoniais, cobertura de vida, previdenciários, saúde suplementar e capitalização”.



MAG

SEGUROS



Na terra do canguru, coala e ornitorrinco, quem vai cantar mais alto vai ser o **galo**.

Seja um dos 22 vencedores da campanha de vendas mais tradicional do mercado segurador e viaje com acompanhante para a incrível Austrália.

Se ainda não é um de nossos corretores parceiros, mande um e-mail para sejaparceiro@mag.com.br e saiba como participar do **Galo de Ouro 2020**.



Galo de Ouro
2020

TOKIO
MARINE

DIVERSIFICA CARTEIRA

Companhia vem incentivando o *cross selling*, a utilização da tecnologia no apoio às vendas e uma forte rotina de capacitação dos corretores

“ Para nós, o futuro dos produtos individuais está ligado a soluções cada vez mais tecnológicas, relacionadas às necessidades específicas dos clientes ”

Sergio Carvalhaes de Brito, diretor comercial
Varejo RJ/ES da Tokio Marine

Mesmo com um cenário econômico desafiador, a Tokio Marine vem aplicando com sucesso uma estratégia de mercado eficiente, pautada por Inovação, Diversificação de Produtos e Serviços e Fortalecimento do Relacionamento com corretores e assessorias. O movimento garantiu bons resultados à seguradora em 2019, que registrou um avanço de 12,4% no faturamento em relação ao ano anterior.

Algumas das ações adotadas pela companhia para aprimorar os resultados foram: o incentivo ao *cross selling*, pelas sucursais, na carteira de clientes dos parceiros; a utilização da tecnologia no apoio às vendas; e a forte rotina de capacitação dos corretores, por meio de treinamentos presenciais e online.

“Regionalmente, estamos mantendo uma estratégia de fortalecimento do corretor, com nossas soluções de produtos e oportunidades de qualificação, em busca

de oportunidades de negócios que aumentem a capilaridade da Tokio Marine nas cidades”, afirma Sergio Carvalhaes de Brito, diretor comercial Varejo RJ/ES da Tokio Marine.

Cobertura para imóveis mistos e telemedicina

“Para nós, o futuro dos produtos individuais está ligado a soluções cada vez mais tecnológicas, relacionadas às necessidades específicas dos clientes”, observa Brito, ao apresentar os mais recentes produtos e coberturas do segmento de Massificados da companhia. “São serviços que se diferenciam no mercado, pela conveniência ao cliente, e podem gerar um incremento à carteira dos nossos parceiros”, afirma.

O mais recente serviço disponibilizado é a telemedicina do Hospital Israelita Albert Einstein aos contratantes do seguro Tokio Marine Vida Individual. O Einstein Conecta, como é chamado, é um serviço de orientação médica a distância, com suporte 24 horas por dia, sete dias por semana, disponível para utilização dentro e fora do Brasil, realizado pelos médicos do Einstein, profissionais de saúde com ampla experiência e conhecimento médico. Com esse serviço, a companhia inova no ramo de Pessoas, com uma solução de excelência que, por meio da tecnologia, promove o cuidado com a saúde e oferece mais um diferencial de vendas aos parceiros.

“Também inovamos com a recente disponibilização do Seguro Residencial para imóveis mistos, que permite que microempreendedores individuais que utilizem sua casa como sede de negócios possam resguardar seu patrimônio com tranquilidade”, detalha o executivo. A modalidade oferece cobertura contra incêndio, queda de raio, danos elétricos, roubo, entre outras.



SUHAÍ SEGURADORA APRESENTA NOVA SEDE

Em São Paulo,
espaço conta com
arena multifuncional
e área de lazer



“A Suhai é líder no segmento de motos em todo Brasil, e é a única seguradora especialista no seguro de Furto e Roubo com assistência 24h e opção de cobertura de perda total por colisão e outros danos”

Robson Tricarico, diretor comercial da Suhai Seguradora

A Suhai Seguradora está de casa nova! Localizada na Al. Iraé, Moema, São Paulo, sua nova sede possui infraestrutura espaçosa e moderna. Um dos destaques vai para a cobertura, onde existe uma arena multifuncional para confraternizações e eventos com corretores e assessorias, além de uma área de lazer e descompressão para os colaboradores – nessa área, a cerveja é livre todos os dias após o expediente. Outro ambiente que merece elogios é o andar das salas de reuniões e estúdio, este último criado especialmente para a gravação de conteúdos para clientes e corretores de todo Brasil.

E por falar em estúdio, a Suhai lança este ano diversos novos projetos de marketing, todos com o propósito de ajudar o corretor encontrar o público-alvo da companhia: proprietários de motos de qualquer perfil de utilização, ano, modelo ou marca e de carros e caminhões com mais de dez anos.

O primeiro projeto é uma boa notícia para quem está fora de SP. Agora, o “vídeo corretor”, vídeo personalizado gravado pela companhia para que as corretoras parceiras possam divulgar nas redes sociais e grupos de WhatsApp, poderá ser produzido à distância. “Centenas de corretores que gravaram este vídeo tiveram um aumento de até 30% nas suas vendas do seguro Suhai”, afirma o diretor comercial da seguradora, Robson Tricarico.

A Suhai também ofere-

ce, gratuitamente, adesivação para os veículos dos seus corretores para captação de leads no trânsito, indicação de lojas de motos para parcerias estratégicas, além de fomentar a participação em eventos onde exista concentração de veículos e pessoas com o seu perfil de atuação.

“Ou seja, a Suhai quer ajudar o corretor a encontrar clientes e, com isso, aumentar sua produtividade!”, garante Tricarico, contando que os interessados em participar desses projetos já lançados com sucesso devem entrar em contato com seu executivo de contas ou mesmo com a assessoria que o representa. E, o melhor: todos são gratuitos para os corretores parceiros da seguradora.

“Se você ainda não é um corretor cadastrado na Suhai, cadastre-se agora mesmo em nosso site: www.suhaiseguradora.com, inserindo seus dados na área corretor. Em até 48h úteis, você já vai estar com seu login de cotação”, informa o diretor.

Para corretores já cadastrados da Suhai que ainda não estão indicando a seguradora a seus clientes, essa é a oportunidade para descobrir como a companhia pode ajudá-los a buscar novos clientes e aumentar sua produção. “Afinal”, lembra Tricarico, “a Suhai é líder no segmento de motos em todo Brasil, e é a única seguradora especialista no seguro de Furto e Roubo com assistência 24h e opção de cobertura de perda total por colisão e outros danos”.

Para ele, só quem é especialista sabe fazer melhor. “Por isso, somos reconhecidos pelos nossos clientes com a maior nota do Reclame Aqui (RA1000) e um índice de satisfação de mais de 88% entre os proprietários de motos, carros e caminhões”, finaliza.

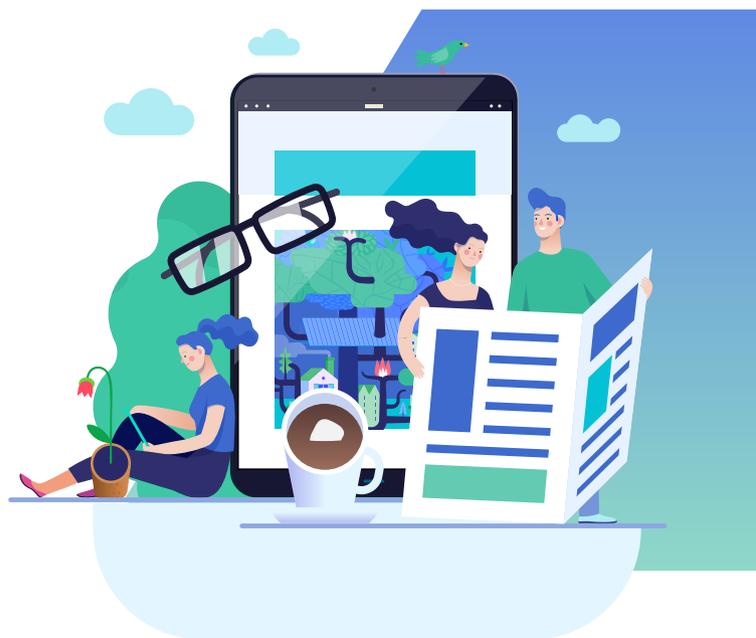
CIRCULAÇÃO DOS MAIORES JORNAIS DO PAÍS CRESCE EM 2019

Cenário político e econômico e transição dos hábitos de consumo da população para o digital são apontados pelo IVC como os motivos da alta

A circulação geral dos maiores jornais do país aumentou no ano passado. Na opinião de Pedro Silva, presidente do instituto Verificador de Comunicação (IVC), a transformação dos hábitos de consumo de conteúdo, o investimento dos veículos na qualificação de suas plataformas digitais e a complexidade dos cenários político e econômico pesaram para que esses dados dos grandes jornais fossem positivos em 2019. Os tópicos abaixo apresentam os motivos que, na visão do IVC, levaram a tal resultado.

Notícias mais complexas - De acordo com Silva, é comum as circulações dos jornais aumentarem em anos de eleição. A regra, no entanto, não se aplica em relação a 2019, que registrou crescimento mesmo sem uma disputa eleitoral. Mas os desdobramentos dos resultados das urnas no ano passado colaboraram para que a demanda por notícias fosse mais alta. “Os assuntos mais discutidos ao longo do ano de 2019 eram complexos e exigiam uma análise mais aprofundada. Embora estejamos em meio à proliferação de fake news, as pessoas buscam por informações de credibilidade quando precisam compreender melhor um assunto. A Reforma da Previdência é um bom exemplo. O assunto foi trabalhado na mídia há meses e as pessoas tinham curiosidade em entender como essas novas regras afetariam as suas vidas”, analisa.

Alta do digital - Quando se analisa a circulação digital dos cinco maiores jornais do país, todos – com exceção do Zero Hora – registraram crescimento em suas assinaturas digitais em 2019. Essa transição de hábitos de consumo de conteúdo mudou a relação das pessoas com o jornal, que deixou de ser algo pronto e estático para entrar na lógica de uma mídia dinâmica, alimentada continuamente. “Houve um tempo em que os assinantes das versões impressas dos jornais ganhavam o direito de ter uma assinatura digital e isso acabava influenciando os dados. Agora, quando conseguimos diferenciar essas assinaturas, percebemos



que o digital já responde pela maior parte da circulação dos grandes jornais. Já há algum tempo, as pessoas estão lendo mais o digital do que o impresso”, diz Silva.

Regional, porém universal - Outro ponto é a postura mais universal das coberturas, sobretudo dos pequenos veículos. “Os jornais que eram bem focados nas notícias locais passam a se posicionar como veículos nacionais. Isso faz com que o interesse pelo conteúdo aumente em diferentes locais e abre a possibilidade de o veículo conquistar novos mercados”, pontua.

Fortalecimento dos portais - O presidente do IVC considera ainda que, embora os dados de circulação digital refiram-se às edições “fechadas” dos jornais, que correspondem a determinada data, o consumo de conteúdo jornalístico nos portais dos veículos deve seguir em alta. “Vemos que os websites dos veículos começam a ter um alcance ainda maior do que as próprias edições digitais, pelo fato de oferecerem informações sempre atualizadas. O impresso deve continuar caindo, essa é uma tendência inevitável, mas as pessoas continuarão em busca das informações jornalísticas no ambiente digital”, conclui Silva.

Fonte: Meio & Mensagem

MONGERAL AEGON AGORA É MAG SEGUROS

Seguradora lançou
nova marca e novo
logotipo

“Realizamos pesquisas quantitativas e qualitativas. Ouvimos consumidores, clientes, líderes e colaboradores. Envolvermos todas as empresas do grupo para chegarmos a este resultado

Nuno Pedro David, diretor de Marketing da MAG Seguros

A Mongeral Aegon, seguradora mais longeva do país, anunciou durante a celebração de seus 185 anos, em janeiro, a mudança das suas marcas comerciais. A iniciativa reflete a modernização e a inovação da companhia em um dos mercados mais conservadores do país.

As pessoas são impactadas por uma quantidade cada vez maior de informação. Neste cenário, a utilização de nomes mais simples em marcas já é uma tendência que tem acontecido nos últimos anos no país em diversos segmentos de negócio. Este foi o caminho escolhido pela Mongeral Aegon. Nasce, então, a MAG, um apelido criado naturalmente pelos colaboradores e resultado da contratação de ‘Mongeral Aegon Group’, que vem acompanhada de *tagline* descritiva sobre cada linha de negócio.

Para tomar a decisão, no entanto, o Grupo Mongeral Aegon fez estudos e pesquisas. “Mudar o nome de uma marca não se faz de uma hora para outra, tampouco é uma decisão simples. Isso ainda fica mais latente quando tratamos de uma companhia de quase 200 anos. No entanto, não medimos esforços para avançar. Realizamos pesquisas quantitativas e qualitativas. Ouvimos consumi-

dores, clientes, líderes e colaboradores. Envolvermos todas as empresas do grupo para chegarmos a este resultado”, explica Nuno Pedro David, diretor de Marketing da MAG Seguros.

Segundo David, a sigla mais simples, curta e eficaz contribuirá para o reconhecimento da marca no mercado brasileiro e junto aos públicos de interesse da companhia. O design da nova marca tem o degradê, que simboliza movimento, dinamismo e evolução. Também há a estilização da letra ‘A’ de forma mais arejada. Esse grafismo tem como objetivo transmitir modernidade e inovação das empresas. “É importante ressaltar que seguiremos utilizando o logotipo do Grupo Mongeral Aegon como marca corporativa e como endosso da nova marca”, acrescenta o executivo.

Perspectivas - Na mesma ocasião, o CEO da companhia, Helder Molina, apresentou o crescimento da empresa no mercado, visões e expectativas para o futuro. Dentre os principais destaques estão o expressivo volume de vendas pela plataforma de suporte ao corretor Venda Digital, que hoje corresponde a cerca de 90% dos seguros comercializados.

Seguindo a tendência iniciada com a MAG Investimentos, gestora de ativos criada há cinco anos e que movimentou 6 bilhões de reais desde então, a companhia ainda lançou a fintech MAG Finanças, com o objetivo de otimizar as operações e facilitar as operações financeiras entre corretores e clientes. A nova empresa vai operar em plataformas digitais e com todos os seus processos dentro de modernos e rigorosos sistemas de *compliance* e segurança do mercado. A expectativa é encerrar 2020 com um volume financeiro em transações de pagamentos superior a R\$ 1 bilhão, atuando inicialmente somente em seu ecossistema.

GRUPO MONGERAL AEGON

MAG
SEGUROS

MAG
INVESTIMENTOS

MAG
FINANÇAS

MAG
FUNDOS DE PENSÃO

MAG
GESTÃO PREVIDENCIÁRIA

INSTITUTO DE
LONGEVIDADE
MONGERAL AEGON

BRDESCO
SEGUROS

LUCRO LÍQUIDO CRESCE 16,6%

Valor atingiu R\$ 7,5 bilhões em 2019 e todos os indicadores de desempenho do Grupo apresentaram melhora



Estamos evoluindo de uma estratégia tradicionalmente centrada na distribuição de produtos para uma visão com foco total na jornada do cliente, a partir de um amplo movimento de transformação digital



Vinicius Albernaz, presidente do Grupo Bradesco Seguros

O Grupo Bradesco Seguros apresentou lucro líquido de R\$ 7,5 bilhões em 2019, nos segmentos de Seguros, Capitalização e Previdência Complementar Aberta. Esse resultado, que representa expansão de 16,6% em relação a 2018, foi influenciado, entre outros fatores, pelo crescimento das operações de Seguros, Previdência e Capitalização, de 12,7% no ano, atingindo R\$ 14,8 bilhões – em função do faturamento e da evolução de 10,9% do Resultado Financeiro –, somado à redução de outras despesas administrativas em 6%.

O patrimônio líquido do grupo registrou crescimento de 16,8% e o retorno sobre o patrimônio líquido médio foi de 23,5%. Todos os índices de desempenho do grupo apresentaram evolução favorável no conceito anual, com destaque para os índices de Sinistralidade, que registrou recuo de 0,5 ponto percentual, e Combinado, que atingiu sua melhor marca anual em mais de dez anos: 83,3%.

“São números que refletem um mo-

mento muito especial vivido pela companhia. Estamos evoluindo, de forma gradual, de uma estratégia tradicionalmente centrada na distribuição de produtos para uma visão com foco total na jornada do cliente, a partir de um amplo movimento de transformação digital, que envolve não apenas tecnologia, mas também mudança na maneira de pensar. O objetivo é oferecer processos mais simples, intuitivos e digitais para o nosso cliente”, destaca o presidente do Grupo Bradesco Seguros, Vinicius Albernaz.

Como fruto desse processo, a venda de produtos por meio dos canais digitais aumentou 82% em 2019 em relação ao ano anterior. Foi atingida a marca de cerca de 4 milhões de downloads do aplicativo da Bradesco Seguros e mais de 1 milhão de itens comercializados por esses canais. Em Saúde, 40% do reembolso já é realizado por meio digital. Em Auto, 64% das vistorias de sinistro e 16% dos pedidos de assistência já são digitais.

Complementando as principais informações da companhia, as provisões técnicas cresceram 6,2% na comparação com 2018, atingindo cerca de R\$ 275 bilhões – correspondentes a aproximadamente 24% do total do mercado segurador – e os ativos financeiros, 7,1%, para R\$ 307 bilhões. Outro dado relevante foi o valor pago em indenizações e benefícios, de R\$ 33 bilhões, o que corresponde a cerca de R\$ 130 milhões por dia útil.

Os resultados refletem o compromisso do Grupo Bradesco Seguros com a busca por eficiência administrativa e excelência no atendimento, além da contínua evolução de seu modelo de atuação multirramo e multicanal, com presença em todo o país, visando a entregar soluções completas de proteção a seus clientes, em seus diferentes ciclos de vida.

Vinicius Albernaz, presidente do Grupo Bradesco Seguros



EXTRA



Humana. Digital. Inovadora.



HDI
Seguros

www.hdi.com.br



MAIS QUE UM CURSO.

A dedicação que a
sua carreira precisa.

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.

Seja um profissional certificado em diversas áreas, com a **flexibilidade de aulas presenciais e online.**



www.universidadeaconseg.com