ANO 7 | NÚMERO 40 OUT/NOV/DEZ DE 2020 | WWW.ACONSEG-RJ.COM.BR

REVISTA DA ACONSEG RJ

RETOMADA DO SEGURO AUTO

CARTEIRA RESGATA PROTAGONISMO E ASSESSORIAS ALAVANCAM AS VENDAS

NOVA DIRETORIA DA ACONSEG-RJ: UNIÃO E CRESCIMENTO

TALENTO DE SEGUROS

MISSÃO 2020

UMA JORNADA DE CONQUISTAS

CNPJ 33.055.146/0001-93

A Campanha Talento de Seguros segue com força total na missão 2020.

Você pode ir além. Enxergar o horizonte de forma mais ampla superando os desafios, buscando oportunidades e inovações.

Mostre seu trabalho e se engaje nessa jornada.

Para saber mais, acesse: **talentodesegurosov.com.br**

Bradesco Seguros. Com Você. Sempre.

SAC - Serviço de Atendimento ao Consumidor: 0800 727 9966
SAC - Deficiência Auditiva ou de Fala: 0800 701 2708
Ouvidoria: 0800 701 7000

bradesco seguros

PALAVRA DO PRESIDENTE

Missão 2021

O ano de 2020 foi atípico e de apreensões. Mas não podemos esquecer que a humanidade já atravessou outras turbulências sanitárias, de guerras e catástrofes climáticas.

Passamos momentos difíceis, mas que trouxeram em seu lastro benefícios, como, por exemplo, um salto tecnológico de uma velocidade sem precedentes. Todas essas grandes transformações elevaram o ser humano a um novo patamar de evolução e de conhecimento.

No caso do mercado de seguros, fomos beneficiados com uma gama de variados e bons produtos, novas formas de distribuição e, através da internet e do *home office*, jamais deixamos parar a roda da nossa atividade. Conseguimos atender com a mesma qualidade os segurados e seguimos apoiando as seguradoras parceiras.

Mais uma vez, as assessorias mostraram a sua força. Com profissionalismo e determinação, não se afastaram, um segundo sequer, dos seus compromissos com os agentes das nossas operações: segurados, companhias, entidades de mercado. Todos foram assistidos por nossas equipes com a competência de sempre.

Demonstraram também resiliência e respostas rápidas às abruptas transformações que se sucederam nestes últimos meses. E mostraram ainda ser uma alternativa econômica e tecnológica confiável e tecnicamente capaz.

No papel de agente facilitador do relacionamento segurador/segurado e vice-versa, as assessorias se destacaram. Assumiram um protagonismo inigualável, realçando uma de suas facetas mais preciosas: em um único contato, a seguradora acessa centenas de corretores. Da mesma forma, em um único contato, corretores acessam dezenas de seguradoras. Quem mais poderia realizar tamanha proeza?

Temos crença no Brasil e no segmento de seguros. Todo o processo de aceleração vivenciado em 2020 será benéfico para o nosso desenvolvimento e do mercado. Abraçaremos novos desafios e iremos trilhar caminhos promissores de crescimento e conquistas.

A nova diretoria da Aconseg-RJ, a qual eu tenho orgulho de presidir, tem um compromisso de honra com suas associadas, seguradoras parceiras, segurados e com a indústria de seguros. Seremos firmes na manutenção dos propósitos que nos reuniram e que nos preservaram unidos até aqui.

Estaremos alinhados também aos valores éticos e ao profissionalismo de excelência que nos trouxeram reconhecimento e admiração neste imenso mercado, o qual tanto nos orgulhamos de perfilar.

Joffre Nolasco
Presidente da Aconseg-RJ

DIRETORIA EXECUTIVA

Presidente: Joffre Nolasco Neves – Rapport Seguros
1º Secretário: Renato Rocha – Nova Fortaleza
2º Secretário: Cesar Braga – CDS Assessoria
1º Tesoureiro: Luiz Philipe Baeta Neves – Baeta Assessoria
2º Tesoureiro: Mário Roberto Santos – TEA

EMPRESAS ASSOCIADAS À ACONSEG

Baeta Assessoria
Bornny Assessoria
Central Distribuidora Adm. e Corretora de Seguros
Chase Empresarial
CP Gomes Assessoria
Nova Four 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 Auto 6-17

SulAmérica e assessorias: parceria 18

Nova diretoria 20-21

MAG Seguros aposta na tecnologia 24

Produto da Fator protege trabalho 26

Em alta 28

Painel 29-30

Setor avança mesmo na pandemia 32

Mercado recuperado 34

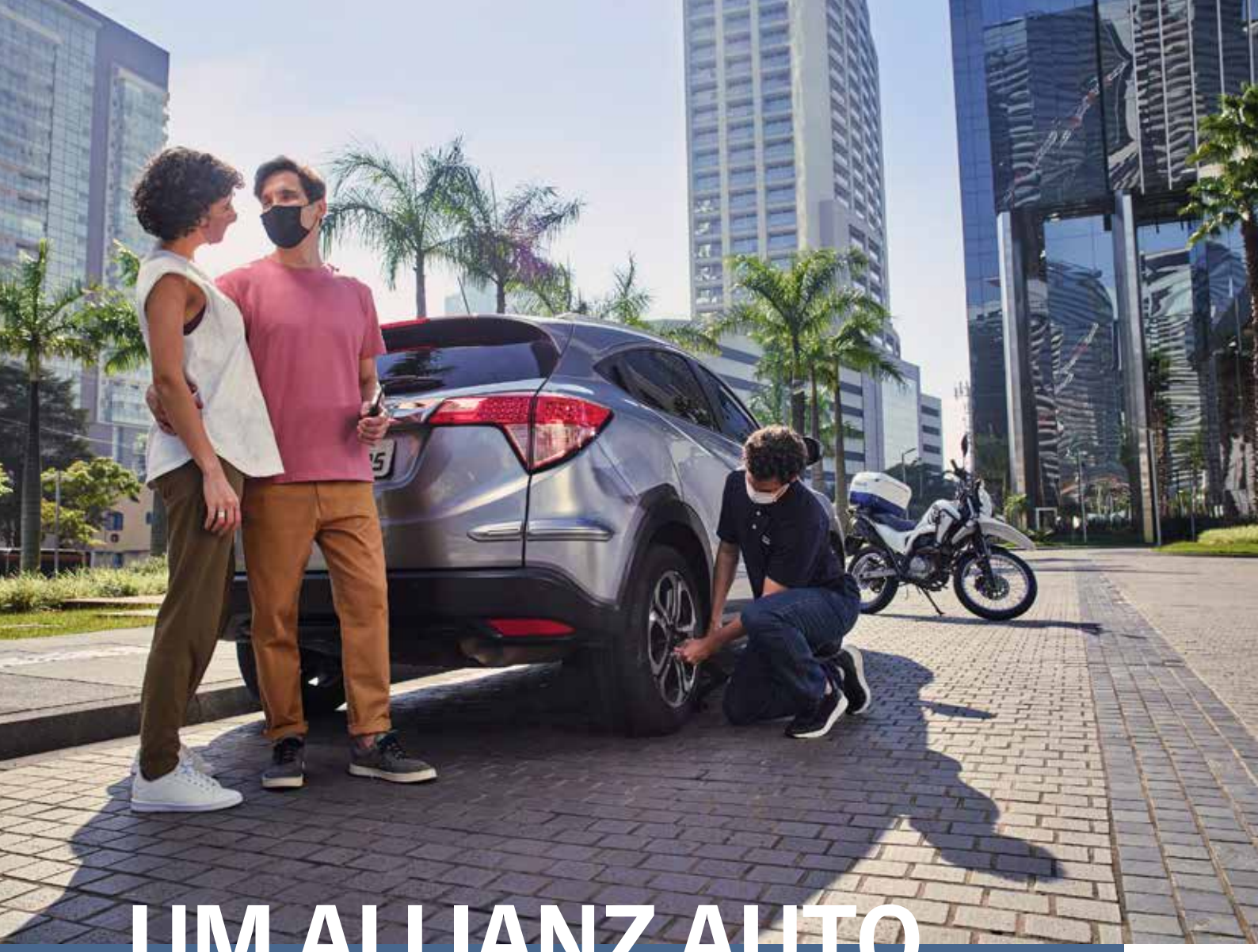
A Revista da Aconseg-RJ é uma publicação da Associação das Empresas de Assessoria e Consultoria do Estado do Rio de Janeiro.

Conselho Editorial: Joffre Nolasco (presidente/Rapport Assessoria); Luiz Philipe Baeta Neves (1º tesoureiro/ Baeta Assessoria); João Arthur Baeta Neves (diretor Baeta Assessoria/Segbox Marketing Digital)

Expediente:

Edição: VTN Comunicação Ltda.
Jornalista Responsável: Vania Absalão (MTB 13.702)
Redação: Ângela Cunha e assessorias de imprensa das seguradoras
Especial: Antonio Carlos Teixeira
Capa: Segbox
Revisão: Rafael Martins
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



UM ALLIANZ AUTO COM TUDO NOVO[1] E TODO SEU

Vamos juntos?

Conheça todas as novidades do novo Allianz Auto e monte a oferta que é a cara do seu cliente.

Carro Reserva com contratação opcional e ar condicionado. E mais, uso liberado independente da oficina escolhida.

Escolha entre **3 opções de franquia:** 100% desconto[2], reduzida ou normal.

Nova oferta exclusiva de RCF válida para Auto, Moto e Caminhão!

Aceitação de veículos de motoristas de aplicativos, táxis e veículos de locadoras.

Escolha entre **3 opções de Guincho:** 200km, 500km e KM ilimitado.

Acesse o AllianzNet e cote agora!

allianzcorretor

O registro desse plano na SUSEP não implica, por parte da Autarquia, incentivo ou recomendação à sua comercialização.
Consulte as condições gerais em www.allianz.com.br.
Linha direta: 0800 115 215. Ouvidoria Seguros: 0800 771 3313/ 0800 121 239.
Automóvel: Processo SUSEP - 15414.002216/2004-57

1. Confira as novas alterações: o carro reserva passa a ser opcional e não esta mais condicionado a escolha da rede referenciada especifica, duas novas opções de franquia, reduzida e 100% de desconto, nova oferta exclusiva de RCF, nova aceitação de taxi, carros por aplicativos e locadoras, uma nova opção de guincho de 500km, nova oferta residencial compacta, e assistência 24 horas com mais serviços e flexível para combinar com a melhor oferta escolhida.
2. Válido apenas para o primeiro sinistro desde que o valor do reparo supere o valor estabelecido em apólice.

Allianz

Caderno Especial

Três ótimas notícias vindas de segmentos afins ao seguro automóvel podem indicar uma excelente tendência para o desempenho da carteira para os próximos meses e no cenário da pós-pandemia no Brasil.
Números recentes divulgados pela Federação Nacional da Distribuição de Veículos Automotores (Fenabrave), a plataforma de aluguel de carros Rentcars.com e o portal de compra e venda de veículos Webmotors apontam desempenhos positivos em vendas no varejo, reservas e locação de carros e procura pela comercialização de veículos novos e usados.
Esses dados de setores próximos e importantes ao seguro Auto mostram que os brasileiros estão preferindo comprar e alugar automóveis para se locomover, em vez de utilizar serviços de táxi e de aplicativos, e que essas decisões podem influenciar no desempenho da carteira nos próximos meses e na pós-pandemia.
Essa tendência de reposicionamento da carteira de Auto certamente irá beneficiar as assessorias de seguros, tendo em vista que elas já respondem por 60% da produção de Auto no Estado do Rio de Janeiro e têm uma vasta experiência no ramo.

60%

Percentual estimado de produção de Auto pelas assessorias no Estado do Rio de Janeiro

18,3 milhões

De veículos segurados no Brasil, número que corresponde a 26,8% da frota circulante no país

Fonte: Comissão de Seguro de Automóvel da Federação Nacional de Seguros Gerais (FenSeg – dados de 2019)

198.792

Número de veículos emplacados do segmento de automóveis e comerciais leves em setembro, crescimento de 14,56% em relação a agosto

Fonte: Federação Nacional da Distribuição de Veículos Automotores (Fenabrave)

334%

Percentual do crescimento do aluguel de carros no Brasil entre abril e setembro de 2020

Fonte: Rentcars.com

SEGURO AUTOMÓVEL

TEMPO DE RETOMADA E DE REINVENÇÃO!

Otimismo de A a Z: Seguro Auto recupera protagonismo

Otimismo é a palavra-chave da seguradora Allianz em relação ao seguro Automóvel. A confiança da seguradora de matriz alemã no mercado do seguro Auto brasileiro é tamanha que, recentemente, no último dia 10 de julho, adquiriu as operações de Automóvel e Ramos Elementares da SulAmérica. Esse ambicioso movimento levou a Allianz à segunda colocação no ranking de Automóvel no país, ampliando para 15% o seu *marketshare* ao alcançar três milhões de itens segurados.

Eduardo Dal Ri, diretor Comercial da Allianz Seguros, assinala que, nos últimos meses, o mercado mostrou que tem um "apetite latente e um consumo reprimido na venda de veículos", incentivado pela preocupação dos cidadãos brasileiros com os cuidados para o retorno com segurança à circulação na sociedade.

O executivo mostra-se convicto de que "já é possível enxergar uma retomada no setor automobilístico brasileiro". Os dados de setembro da Federação Nacional da Distribuição de Veículos Automotores (Fenabrave) confirmam o prognóstico, indicando que as vendas de automóveis leves voltaram a crescer com mais força": 198,7 mil emplacamentos, o que representa um substancial crescimento de 14,56% ante agosto. Apesar dos dados do acumulado do ano e dos comparativos com 2019 ainda refletirem retração nas vendas, os números de setembro, "o melhor mês de 2020 até agora", como pontua Dal Ri, já colaboram para a retomada do seguro Auto no mercado.

Além disso, lembra, somente cerca de 30% da frota brasileira é segurada, o que para o executivo da Allianz permite visualizar o potencial do mercado nacional. "Levando em consideração esse panorama, a Allianz espera continuar crescendo, nos próximos meses, dois dígitos e acima do mercado em automóvel", acentua.

Confiança -A "vibe" positiva para o seguro Auto também ecoa nos ares da seguradora Suhai, especializada em seguros para veículos automotores urbanos, sejam carros de passeio, utilitários, motocicletas ou caminhões. "Nossas expectativas são otimistas, principalmente para 2021, quando acreditamos que teremos a consolidação da retomada do crescimento pela procura de veículos novos e usados em todo Brasil, principalmente nos grandes centros", assinala Robson Armando Tricarico, diretor comercial da seguradora. A confiança na retomada do seguro Auto é tamanha que a Suhai já aposta num "crescimento acelerado" da carteira em 2021, estimado pela seguradora em mais de 50% em relação a 2020.

Igualmente, o foco na plena recuperação do seguro Auto permeia o dia a dia da HDI Seguros. O diretor de Auto, Massificados e *Analytics* da seguradora, Marcelo Moura, aposta que a necessidade de distanciamento social causada pelo risco de infecção do novo coronavírus levará a um aumento da compra de veículos como item necessário para evitar o contágio.

"Estamos confiantes com a retomada do setor automobilístico e, consequentemente, da procura pelo seguro de automóvel. No entanto, também estamos acompanhando de perto o cenário diante da retomada da economia para entendermos como se dará o comportamento do setor", avalia Moura.

> "Já é possível enxergar uma retomada no setor automobilístico brasileiro"
>
> **Eduardo Dal Ri,** diretor diretor comercial da Allianz Seguros

Consumidor empoderado, tecnologia e concorrência

Produtos personalizáveis de acordo com o estilo de vida e interesses da pessoa e serviços customizados, com foco em maximizar a experiência do cliente, serão cada vez mais comuns nas carteiras das seguradoras. É o que prevê Saint'Clair Lima, diretor da Bradesco Auto/RE. Segundo o executivo, a tecnologia empregada na experiência do segurado será um diferencial competitivo no mercado neste "possível novo ciclo de crescimento" da carteira do seguro Auto.

"As novas tecnologias empoderam o consumidor a partir do conceito de *omnichannel*, com variadas opções de canais de atendimento para que ele possa escolher a melhor forma de satisfazer suas necessidades de forma ágil e eficaz", acentua o executivo.

Saint'Clair Lima destaca ainda a capacidade da era de modernização digital em melhorar a eficiência operacional a partir da desburocratização e automatização no fluxo de processos, utilizando a alta tecnologia como aliada, "mas sem abrir mão do atendimento humanizado."

Novidades - Com dois milhões de veículos segurados – a terceira maior frota segurada do Brasil –, a Tokio Marine avalia que, embora o segundo trimestre de 2020 tenha sido marcado pela paralisação de algumas atividades e pelos efeitos do distanciamento social, a carteira de automóveis da seguradora conseguiu se manter estável diante de um mercado em queda.

"Isso só aconteceu em função do nosso preparo, dos investimentos em diversificação de portfólio e novidades voltadas às necessidades de diversos perfis de clientes", analisa Sérgio Brito, diretor comercial de varejo RJ/ES da seguradora.

Das opções para o seguro Auto desenvolvidas pela Tokio Marine e distribuídas "por meio dos nossos corretores e assessorias", fazem parte, por exemplo, os produtos Auto Popular; Auto Roubo + Rastreador; e Auto Roubo.

"A diversificação de portfólio nos permite oferecer produtos e coberturas para atender às mais diversas condições financeiras de uma gama muito maior de clientes. Faz parte da nossa estratégia e do nosso compromisso com a disseminação da cultura do seguro, trazendo cada vez mais pessoas para o nosso mercado", enfatiza Brito.

O diretor da Tokio Marine adota um tom prudente ao dizer que ainda é "muito cedo para cravar tendências definitivas" sobre o desempenho da carteira do seguro Auto. "Mas o que podemos perceber é que, em razão das restrições de contato criadas pela Covid-19, há uma busca maior da sociedade por opções individuais de transporte mais baratas, como as motocicletas, e de novas alternativas de mobilidade", salienta o executivo.

Apesar da cautela, as expectativas da Tokio Marine para os próximos meses no seguro Auto são bastante positivas. "Estimamos crescer entre 1% e 2% em prêmios, em 2020", prevê Brito.

O presidente da Comissão de Seguro Automóvel da Federação Nacional de Seguros Gerais (FenSeg), Walter Pereira, acredita que o mercado irá acompanhar o desempenho da economia na retomada pós-Covid-19: quanto mais rápido, melhor será a performance do segmento. Ao contrário, uma recuperação mais lenta tenderá a se refletir no setor.

"Participação das assessorias na retomada da carteira de Auto é de extrema importância"

Robson Tricarico, diretor comercial da Suhai

Crescimento e novas oportunidades para o corretor de seguros

"Esperamos que, no último trimestre desse ano, já estejamos em uma curva ascendente de retomada. Mas isso dependerá do próprio controle da pandemia", avalia.

Segundo Pereira, São Paulo, "o motor econômico" do país, já começa a sinalizar uma recuperação. "Algumas montadoras voltaram a ativar as suas linhas de produção. A roda começou a girar", analisa.

Pós-pandemia – "Acredito que os clientes, de modo geral, sairão desta pandemia diferentes", teoriza Brito. Segundo ele, passado esse momento de crise sanitária, será necessário ao mercado de seguros seguir atento às oportunidades de se reinventar, acompanhando as mudanças e as novas necessidades dos segurados. "Creio que será fundamental um olhar mais atento a essas oportunidades e sobre como as assessorias podem utilizar as ferramentas oferecidas pela seguradora como aliadas do processo de venda", ressalta.

Na avaliação da Tokio Marine, o corretor desempenha um papel fundamental no setor, que é o de entender as necessidades de proteção de seus clientes e, a partir daí, ofertar o melhor produto e a cobertura mais adequada para as demandas de mercado no pós-pandemia. "É ele quem melhor conhece o perfil e o dia a dia dos clientes e acompanha de perto as suas mudanças de comportamento. Com as ferramentas corretas, conseguirá oferecer as proteções adequadas para as demandas mais específicas dos segurados", aponta Brito.

De acordo com a FenSeg, o próprio consumidor também começou a exigir do setor de seguros experiências digitais semelhantes às oferecidas por outros segmentos de comércio, indústria e serviços da sociedade. "Houve um aprendizado muito rico, em termos de serviços, de qualidade e de velocidade para a adequação, embora em meio a uma situação muito ruim. Nós podemos fazer aquilo que for necessário para nos adequarmos a uma necessidade, ou a um 'novo normal'", ressaltaWalter Pereira.

Novos produtos – Na HDI, Marcelo Moura explica que a estratégia para a diversificação de produtos do seguro Auto está focada no perfil de um consumidor cada vez mais exigente. Sendo assim, o executivo assinala que a seguradora disponibiliza produtos modulares e simplificados, como o HDI FIT e o HDI Flex, que oferecem coberturas parciais como, por exemplo, incêndio, roubo ou furto, ou ainda incêndio e colisão, e permite a contratação ou não de coberturas adicionais.

"O momento pelo qual estamos passando é de mudanças e novos hábitos assimilados pelos consumidores, associados à segurança e proteção, permanecerão em suas rotinas. Estamos sempre atentos às mudanças observadas no mercado e principalmente ao que os corretores nos trazem de demandas e *feedbacks* sobre produtos e serviços", reitera Marcelo Moura.

"Temos uma área especialmente dedicada ao treinamento comercial

Marcelo Moura, diretor de auto, massificados e *analytics* da HDI

Mobilidade ganha novos contornos: proteção e cuidados

Robson Tricarico adianta que a Suhai irá lançar no próximo ano uma cobertura opcional, adicional ao seguro Auto de furto e roubo, que hoje já contempla a opção de perda total por colisão e outros danos + assistência 24h em todo Brasil. "O lançamento dessa cobertura ainda é estratégico e deve acontecer até o final do primeiro quadrimestre de 2021", estima.

Na Allianz, Dal Ri destaca que a companhia está oferecendo produtos "mais flexíveis e abrangentes" para auxiliar corretores e assessorias parceiras em suas negociações com os diferentes perfis e necessidades dos clientes da seguradora.

"Há o produto mais básico, outro mais completo e ainda o premium. Inclusive, estamos com aceitação bem ampla em relação à idade do veículo, seja para o Seguro Compreensivo ou para o Responsabilidade Civil Facultativo", detalha Dal Ri.

Opções - O diretor da Allianz conta que estão disponíveis, por exemplo, produtos com opções de carro reserva para uso de 7, 15, ou 30 dias; três opções de franquias (isenta, normal e reduzida); e guincho de 200 km, 500 km ou quilometragem livre.

"Em novembro, entraremos com uma segunda onda de novidades, que contempla a nova cobertura de Responsabilidade Civil Facultativa (RCF), que atende um público que não tem interesse na contratação do casco", adianta. Além disso, carro reserva (que não estará mais atrelado à rede referenciada), assistência 24 horas e vidros, lanternas, faróis e retrovisores passarão a ser vendidos como coberturas adicionais. Outra novidade é que a Allianz passou a aceitar táxis, aplicativos de transportes e locadoras de veículos como clientes.

Atenta às necessidades contemporâneas dos cidadãos brasileiros e aos anseios da sociedade em busca de novas opções de deslocamento no trânsito, a Tokio Marine, como parte da estratégia de diversificação de portfólio, passou a oferecer recentemente produtos de seguros para motocicletas.

Fenômenos como mudança de hábitos do consumidor e características culturais de habitantes de determinadas cidades e regiões do país são alguns dos principais fatores que motivaram a seguradora a criar o produto.

"A criação das opções para motocicletas é fruto de tendências que identificamos com a ajuda de nossos parceiros", diz Brito. Segundo ele, pesquisas demonstram que em 45% dos municípios brasileiros, principalmente nos mais distantes das metrópoles, o número de motos em circulação é superior ao número de carros. "São regiões nas quais a motocicleta é o principal meio de transporte diário e o público, muitas vezes, já conhece a Tokio Marine e está em busca de uma alternativa de proteção e segurança para complementar as suas opções de deslocamento", analisa.

De acordo com a Tokio Marine, o seguro oferece coberturas básicas contra colisão, incêndio, roubo e furto, além de assistência 24h e cobertura de Responsabilidade Civil (RCV-F) a diversos modelos de motocicletas: desde as mais urbanas e funcionais, como as *scooters*; até veículos para lazer ou locomoção diária, customizados ou de alto desempenho, como os das montadoras Honda, Yamaha, BMW, Triumph, Suzuki, Kawasaki, KTM, Dafra e Harley-Davidson.O produto oferece, ainda, a opção de contratação de cobertura para indenização integral (perda total).

"A tecnologia como aliada, mas sem abrir mão do atendimento humanizado"

Saint'Clair Lima,
diretor Bradesco Auto/RE

Adequação dos produtos, foco no cliente e jornada virtual

"É um seguro que atende a diversos perfis de condutores. Um produto bastante competitivo para diversificar a carteira de nossos parceiros", avalia Brito.

Para Saint'Clair Lima, produtos cuja contratação seja simplificada por meio da utilização de tecnologias e que ofereçam serviços agregados serão diferenciais do mercado do seguro Auto. O diretor da Bradesco Auto/RE diz que a empresa lançará em breve novidades na carteira, mas destaca o Auto Light, produto até 30% mais barato que o seguro Auto tradicional, "sem abrir mão de qualidade e credibilidade", com opção de parcelamento do valor do prêmio em até 10 vezes sem juros.

Mobilidade– Compartilhamento de veículos, valorização da propriedade ou da posse do carro, cobertura intermitente "liga-desliga" ou *pay per use*... Para a FenSeg, essas tendências já indicam mudanças nas necessidades do consumidor segurado brasileiro.

"As companhias precisam ter a possibilidade de atender os seus clientes pelos canais que ele deseja utilizar e ter produtos que ele deseja comprar. A tecnologia nos permite lançar rapidamente um produto e fazer correções também rapidamente. Isso é o que temos de ganho, aprendizado e desafio", afirma Pereira.

Para Brito, a oferta de seguros para motocicletas é a resposta da Tokio Marine à tendência de expansão do mercado, baseada na busca dos brasileiros por alternativas de mobilidade cada vez mais eficientes e baratas e que reduzam as possibilidades de contaminação pelo novo coronavírus.

Dal Ri, da Allianz, tem pensamento semelhante. "Dentro desse cenário de reaquecimento da comercialização, há a atual preocupação das pessoas com a saúde no momento de circular, privilegiando o transporte individual."

Para o presidente da Comissão de Seguro Automóvel da FenSeg, compete ao setor ajudar o cliente a se proteger, oferecendo produtos e serviços adequados às suas necessidades contemporâneas em função das novas tendências.

"O mercado deve adequar os seus produtos em um tempo curto. Esse processo também foi acelerado e está no radar de todas as empresas que atuam no segmento. Precisamos ofertar aquilo que o cliente deseja comprar", acentua. Antes, porém, Pereira ressalta que é preciso ensinar o cliente a se proteger. "Não é só comprar a cobertura do seguro. É o cliente se proteger, mesmo", frisa.

Com opinião semelhante, Saint'Clair Lima acredita que conscientizar o cliente da importância da proteção oferecida pelo seguro é um dos desafios dos corretores.

"Assegurar o patrimônio é uma atitude simples e que pode evitar dores de cabeça, além de proporcionar conveniências no dia a dia, como serviços para a residência e assistências para o automóvel. Mostrar essa relação custo-benefício, de acordo com o perfil de cada cliente, é um dos diferenciais dos corretores", analisa o diretor da Bradesco Auto/RE.

Canais digitais – Mais do que nunca, o corretor deve entender a tecnologia como aliada, ressalta Brito. Segundo ele, os canais digi-

"Estimamos crescer entre 1% e 2% em prêmios, em 2020"

Sérgio Brito,
diretor comercial varejo RJ/ES da Tokio Marine

tais são, sem dúvida, uma forma indispensável para divulgar os negócios das assessorias e ajudá-las a conquistar novos clientes e a controlar as suas operações com mais facilidade. "A tecnologia é um grande apoio na popularização do seguro e, atualmente, os meios digitais são os melhores para a sua divulgação", afirma o executivo da Tokio Marine. "O corretor deve aproveitar as ferramentas disponíveis, como as redes sociais, para pulverizar sua mensagem e acompanhar o cotidiano das pessoas para oferecer as melhores coberturas", sugere.

Como forma de incrementar ainda mais as vendas no segmento Auto, em parceria com as assessorias, a Tokio Marine está oferecendo a plataforma de soluções digitais Brokertech.

O objetivo é auxiliar as Assessorias a fomentar negócios em um mercado cada vez mais digital. O Brokertech oferece mais de vinte ferramentas à disposição dos corretores, com foco em reduzir seu trabalho operacional e gerar mais negócios.

Para a Bradesco Auto/RE, a forma de se relacionar com o consumidor ficou mais atrativa a partir das novas ferramentas digitais que o mercado passou a adotar para manter o andamento dos negócios. Saint'Clair Lima conta que a seguradora investiu em pesquisas, digitalização de processos, aprimoramento de produtos, serviços e assistências e ainda na criação de novos canais de atendimento, como o WhatsApp.

A intensificação da cultura digital do consumidor brasileiro também é algo esperado pela Allianz, que já se organiza estrategicamente para acompanhar tal mudança de hábitos nos seus clientes.

"A presença virtual deverá se fortalecer nos próximos meses e anos e, dessa forma, o consumo dos seguros e a jornada dos clientes nas empresas também deverão ficar mais digitais", prevê Dal Ri. No atendimento de sinistros, por exemplo, a Allianz está incentivando os clientes a classificarem o grau de satisfação por meio do sistema *Five Star Rating*, no qual o segurado identifica o seu nível de experiência concedendo uma nota de uma a cinco estrelas ao serviço prestado pela companhia. Esse sistema faz parte da "*Voice of Customer*" (VoC), a plataforma global da Allianz que auxilia no gerenciamento de feedback e na obtenção de informações imediatas sobre a satisfação dos clientes da empresa.

Universidade ACONSEG: cursos digitais para apoiar negócios do corretor

Marketing Digital e *Business Intelligence* são dois dos cursos na área digital que serão lançados pela Universidade ACONSEG em 2021. O plano de negócios da instituição prevê também oferta de capacitação para criação de sites, desenvolvimento de planilhas Excel e utilização de e-mails, conforme adianta o mentor e CEO da universidade, professor Wagner Attina.

"Vamos avançar com cursos nas áreas administrativa, comercial e, especificamente, com grande ênfase na área tecnológica, pois entendemos que o mercado demanda conhecimento para conseguir viabilizar e aumentar a produtividade dos profissionais e a produção das organizações", assinala. Além das novidades, a Universidade ACONSEG continuará a oferecer na sua grade cursos personalizados e capacitações nas áreas de venda, pós-venda e programação neurolinguística.

Segundo Attina, as parcerias estabelecidas entre a Universidade ACONSEG e corretoras de seguros de todo o país permitiram à instituição alcançar um posicionamento nacional relevante na área de treinamento (RH). "Com a pandemia da Covid-19, nossos cursos online ao vivo adquiriram uma dimensão e volume expressivos. Conseguimos atender em todo o Brasil, oferecendo aulas interativas pela ferramenta Zoom, com taxa de satisfação igual à do curso presencial", compara.

A Universidade ACONSEG, em conjunto com a IndoRH treinamentos, desenvolve projetos personalizados e cursos estratégicos para atender às necessidades do mercado, em especial das corretoras de seguros. As parcerias são realizadas tanto com organizações que possuem setores de Recursos Humanos, quanto com instituições e empresas que não possuem tal estrutura e anseiam em proporcionar especialização a seus colaboradores a custos mais acessíveis.

Para Attina, o "DNA da Universidade ACONSEG" é a prestação de serviços de treinamento de alta qualidade e de baixo custo, uma "contribuição relevante", segundo o mentor, para seguradoras, corretoras, corretores, assessorias, vendedores, terceirizados, vistorias, laboratórios e demais participantes do mercado de seguros. "O treinamento corporativo traz benefícios tanto para o empregador quanto para o empregado, numa relação simbiótica evolutiva", filosofa.

Projetada sob os pilares "conhecimento técnico-científico", "projeto pedagógico voltado para o mercado de seguros" e "universalização dos cursos por meio de baixo custo financeiro", a Universidade ACONSEG atua na potencialização dos negócios das seguradoras, assessorias e corretoras de seguros de todo o Brasil, com ênfase no atendimento de profissionais e corretores de seguros autônomos que trabalham no setor.

"As cátedras são lideradas por especialistas de atuação de destaque", atesta. Informações: wagner.attina@indorh.com.br (21) 98117-0852.

Wagner Attina, CEO da Universidade ACONSEG

Assessorias estão na mira das seguradoras para alavancar vendas

"Os segurados que levarem seus veículos às oficinas referenciadas da Allianz receberão a pesquisa VoC por e-mail, logo após o pagamento do sinistro ou retirada do automóvel reparado. Esse processo auxiliará o time Allianz a oferecer excelência em todos os momentos da jornada dos clientes", detalha Dal Ri.

A ampliação do uso de canais digitais de atendimento foi uma mudança necessária para a evolução do relacionamento de corretores e seguradoras com os clientes, acelerada pelas medidas de distanciamento impostas no combate à Covid-19. Tais medidas emergenciais, no entanto, impulsionaram a realização de serviços no seguro Auto até então incipientes no dia a dia do mercado, como a vistoria mobile.

"Com a pandemia, diante da necessidade do cliente de não querer receber pessoas estranhas no seu ambiente, possibilitamos que ele próprio fizesse suas inspeções por meio de seu celular", atesta Walter Pereira. Lições importantes, avalia o representante da FenSeg, que comprovaram a eficiência e a competência do mercado de seguros em atender os seus segurados à distância.

"Basta lembrarmos que a maioria das companhias, em poucos dias, começou a atuar 100% em *home office* e a qualidade de atendimento ao cliente não degradou. Pelo contrário, manteve-se em uma curva crescente de melhoria. Isso mostra uma boa resposta do mercado de seguros em seus processos tecnológicos", assinala.

Marcelo Moura defende que fatores como agilidade, autonomia e praticidade dos canais digitais geram grande satisfação nos segurados. Ele cita, por exemplo, a economia de tempo proporcionada pelo atendimento por meio de canal digital (entre 1 e 2 minutos) em comparação com o *call center* (até 7 minutos), além da assertividade do sistema de geolocalização no momento da solicitação de um serviço de guincho. "São características bastante relevantes para os clientes, que têm adotado com mais frequência esses canais para utilizar os diferentes serviços oferecidos pela assistência", constata.

Corretores – Na Allianz, há uma grande expectativa para o trabalho em conjunto com as assessorias, que já estão sendo consideradas internamente como "parte importante" do canal de distribuição da seguradora. "Estamos trabalhando fortemente para deixar os nossos parceiros 'fluentes' nos sistemas da Allianz Seguros, para que possam trabalhar com eficiência e ofertar o nosso amplo portfólio", acentua Dal Ri.

Nesse sentido, a companhia já ofereceu mais de 200 horas de treinamentos virtuais às equipes comerciais. "O nosso objetivo é deixá-las muito bem preparadas para dar suporte às assessorias para que, juntos, continuemos mantendo o nosso crescimento em Automóvel", acrescenta.

Além dos incentivos comerciais, desde 2011 a Tokio Marine oferece treinamentos constantes para a sua base de corretores parceiros, nas modalidades presencial e *online*.

"Temos uma área especialmente dedicada ao treinamento comercial dos corretores e assessorias. Além dos treinamentos online, antes da

> "Montadoras voltaram a ativar as suas linhas de produção e a roda começou a girar"
>
> **Walter Pereira,** presidente da Comissão de Seguro Automóvel da Federação Nacional de Seguros Gerais (FenSeg)

pandemia, ministrávamos também treinamentos presenciais nas sucursais com colaboradores especialmente treinados para esta tarefa, os multiplicadores", destaca Brito.

Com a pandemia da Covid-19, Brito explica que a Tokio Marine passou a optar pelos treinamentos online, em sintonia com as determinações da empresa para preservar a saúde dos seus colaboradores e dos corretores parceiros e com a adoção do regime de trabalho *home office*. Segundo ele, os treinamentos foram oferecidos em vários formatos e canais, como *webinars, lives* e conteúdos gravados e disponíveis na YouTokio, a plataforma interna de vídeos da empresa.

Como forma de ampliar a colaboração das assessorias no esforço de vendas da carteira de Auto, o diretor comercial da Suhai sugere a essas instituições a criação de "células exclusivas de atendimento aos corretores para divulgação e treinamento". Segundo Robson Tricarico, "muitos corretores ainda não usufruem de todas as ferramentas de marketing que temos para potencializar a sua conectividade com os milhões de clientes sem seguro."

Suporte – As assessorias de seguros acumularam uma experiência única no mercado de Auto. No estado do Rio de Janeiro, são responsáveis por 60% da produção da carteira e se tornaram um importante braço comercial das seguradoras, em especial das companhias que atuam no ramo.

Robson Armando Tricarico classifica como "de extrema importância" a participação das assessorias na retomada da carteira de Auto, principalmente em ações relativas a divulgação e treinamento das ferramentas de geração de "*leads*" (possíveis clientes que demonstraram interesse por algum tipo de produto ou serviço), "fazendo com que os corretores potencializem sua conectividade com os clientes que não possuem ainda a cultura de fazer seguro e/ou estejam passando por dificuldades financeiras que os impeçam de contratar um seguro completo."

Nesse sentido, Tricarico ressalta que a Suhai planeja intensificar as reuniões analíticas com as assessorias, com o objetivo de "identificar os corretores com objeções e/ou dificuldades em encontrar esses perfis de clientes, para que possamos, juntos, ajudá-los a crescer, aumentando a sua produtividade."

Aluguel e venda de carros novos e usados em alta

Dados divulgados pela Rentcars.com, a maior plataforma de aluguel de carros da América Latina, apontam que as reservas de carros têm crescido mês a mês no Brasil. Em comparação com os agendamentos de diárias efetuados na plataforma em abril, o mês de setembro registrou um crescimento de 334%.

Esses números mostram que a preferência pelo aluguel de um automóvel fez com que a opção do carro se firmasse como um meio de transporte confiável e seguro para o deslocamento diário e para trajetos mais longos durante a pandemia da Covid-19.

Os dados da plataforma de aluguel de carros reforçam o otimismo do setor de turismo para a maior data de vendas do ano: a Black Friday. "Já estamos buscando ótimas negociações com as locadoras para oferecermos descontos de até 50%", afirma Karine Nascimento, *head* de *Product&Customer* da Rentcars.com.

Já a Federação Nacional da Distribuição de Veículos Automotores (Fenabrave) divulgou que em setembro as vendas no varejo de automóveis, comerciais leves, caminhões, ônibus e motocicletas cresceram 9,55% sobre o mês de agosto. O volume total de emplacamentos alcançou 328.233 veículos em setembro, ante 299.628 do mês anterior.

O segmento de automóveis e comerciais leves registrou uma performance ainda maior em setembro: alta de 14,56%, na comparação com agosto, com 198.792 unidades emplacadas, contra 173.531 do mês anterior, informa a Fenabrave.

No setor de compra e venda de veículos novos e usados, o portal Webmotors divulgou que a procura verificada no terceiro de trimestre de 2020 indica um viés de retomada dos negócios no mercado de carros: 9,5 milhões de visitas, um crescimento de 16% sobre o segundo trimestre desse ano.

O número de propostas comerciais registradas pela Webmotors no período para carros novos e usados também confirma o movimento de recuperação do mercado, com crescimento de 41,2% sobre o segundo trimestre e de 17,1% sobre o primeiro trimestre.

Mais relevância para as assessorias na estratégia de vendas das seguradoras

Desde a aquisição da carteira Auto da SulAmérica, a Allianz passou a trabalhar com assessorias em todo o país. No Rio de Janeiro, a parceria já conta com 18 dessas empresas.

Dal Ri conta que as assessorias têm agregado valor às operações da companhia nesse período de pandemia e já fazem parte da estratégia da empresa a médio e longo prazo.

Como forma de mensurar o tamanho da relevância das assessorias à Allianz, Dal Ri afirma que a companhia não comprou "apenas carteiras, mas operações". Segundo ele, "toda a experiência da equipe em atender e desenvolver vendas junto ao canal veio para a Allianz e isso foi, inclusive, um dos atrativos do modelo de negócio fechado."

O executivo da Allianz entende como "fundamental" a participação das assessorias no mercado de seguros, um elo entre as seguradoras e os corretores. "As assessorias terão espaço para incentivar e impulsionar a comercialização de apólices, dando suporte aos corretores e mostrando a eles a variedade de produtos", avalia.

O diretor da HDI Seguros considera que as assessorias têm papel importante não apenas no seguro Auto, mas em todos os produtos do setor.

"Diante da pandemia, as assessorias exerceram papel fundamental no apoio aos corretores, proporcionando a infraestrutura necessária e o atendimento personalizado", opina Moura.

Para o executivo da HDI, as assessorias possuem uma participação importante, criando "*facilities*" para os corretores, "com atendimento técnico personalizado e um grande leque de seguradoras parceiras, o que proporciona aos seus associados a capacidade técnica e comercial necessária para a operação."

"O corretor de seguros tem um papel primordial na disseminação de seguros no país e no próprio crescimento do setor", enfatiza Saint'Clair Lima. O diretor da Bradesco Auto/RE avalia que a consultoria especializada e técnica oferecida pelo corretor "incrementa e traz um diferencial na relação entre clientes e seguradoras". De acordo com Lima, a parceria entre a empresa e os corretores "só tende a crescer", acentuada pelos investimentos da seguradora em tecnologia, canais de atendimento e aprimoramento de serviços.

Saint'Clair Lima ressalta que campanhas com benefícios de pagamento de coberturas e a nova segmentação do produto sob medida, com proteção, serviços e assistências inéditas, são dois grandes destaques da seguradora no mercado e representam "uma grande oportunidade" para os corretores aumentarem as suas vendas. "Estamos criando laços cada dia mais fortes para que essa parceria frutifique e seja robusta, resultando em mais negócios e conquista para todos", conclama.

Parceria – Marcelo Moura avalia que as assessorias se tornaram uma das principais parceiras da companhia e essa relação traz vantagens para os dois lados com a angariação de novos negócios. "A expectativa é manter esse cenário e firmar cada dia mais a parceria", elogia o executivo da HDI.

Já o diretor Comercial da Allianz reforça que as assessorias são "parceiras estratégicas" e que a relevância dessas instituições tem provocado mudanças internas na Allianz para a adequação dos negócios em conjunto no seguro Auto. "Os nossos programas de remuneração, sistemas e processos estão sendo reformulados para que as assessorias estejam sempre engajadas e preparadas para levar nossos produtos e soluções com eficiência e qualidade", destaca Dal Ri.

"Não é por acaso que hoje as assessorias representam ¼ da nossa carteira de Automóvel", frisa Brito, da Tokio Ma-

rine. O executivo acredita que os resultados alcançados ao longo de 2020 pela Tokio Marine têm forte relação com o esforço "incansável" das assessorias de reforçarem junto aos clientes – "nesse momento de tantas incertezas e mudanças" – a importância da conscientização sobre a contribuição do seguro automóvel para a proteção dos segurados e para "a manutenção daquele que, muitas vezes, é um dos seus maiores bens".

Para Brito, "é inegável" que os recentes resultados apresentados pela Tokio Marine no seguro Auto – como o crescimento de 10% na carteira em 2019 e os números estáveis desse segmento na seguradora mesmo em tempos de pandemia – também se deram por conta do trabalho árduo e constante das assessorias e seus corretores.

Ao enfatizar a importância das assessorias enquanto braço comercial da seguradora, o diretor comercial da empresa elogia o caráter "extremamente comprometido" desses parceiros, "sempre alinhados com as estratégias da Tokio Marine em um esforço conjunto para identificar e mostrar aos clientes as inúmeras opções de proteção existentes no portfólio de automóvel da companhia e como cada uma delas atende às suas necessidades."

Segundo o executivo, o Brasil tem uma população muito grande que precisa de proteção e, até pelo crescimento da relevância da carteira nos últimos anos, a Tokio Marine percebeu que os novos produtos – como é o caso das opções "mais enxutas", por exemplo – facilitaram os negócios de corretores e assessorias, fazendo com que o seguro Auto continuasse relevante e chegasse a um público que antes não participava do mercado.

"Esses profissionais estão sempre em consonância com as estratégias da Tokio Marine, oferecendo aos seus clientes o padrão de qualidade e atendimento que fazem parte do DNA da companhia.

Hábitos de consumo do segurado influenciam Seguro Auto

O Seguro de Automóvel atende às necessidades de cobertura que estão ligadas ao comportamento de uso do veículo pelo segurado. A afirmação é do diretor de seguros massificados da Sompo Seguros, Rogério Santos. Segundo ele, o comportamento de consumo muda com o passar do tempo e com as transformações da sociedade. "As novas tecnologias, a relação das pessoas com a propriedade e o uso de veículos também estão mudando", analisa.

Igualmente, pondera Santos, o mercado está atento a possíveis opções de cobertura ou formatos de produto que possam ser implementados e que estejam alinhados aos novos padrões de comportamento.

"A Sompo acompanha de perto os hábitos de consumo e consulta com bastante frequência os parceiros corretores de seguros para entender as demandas do mercado", pontua.

Para o executivo, a carteira de Auto nunca deixou de ter uma importância estratégica para a Sompo. "Disponibilizamos produtos que atendem a diferentes perfis de segurados, o que contribui para ampliar as oportunidades de negócios para os parceiros corretores de seguros", ressalta.

Santos se mostra convicto de que, com uma variedade mais representativa de opções de contratação, novos serviços e facilidades lançadas nos meses recentes e o suporte das assessorias de seguros, "o segmento Automóvel terá, no período pós-pandemia, um ambiente dinâmico com possibilidades reais de bons negócios para os corretores."

Santos classifica a relação com as assessorias de seguros como "parceiras de primeira hora" da seguradora. "Há anos contamos com o apoio dessas instituições, que têm feito um trabalho excepcional no suporte aos nossos parceiros corretores de seguros", elogia.

A Sompo lançou recentemente o Auto Economy, voltado para clientes que sabem da importância da apólice de automóvel, mas que estão num momento em que é necessário economizar. O seguro oferece algumas coberturas reduzidas e valores de franquia ajustados.

A seguradora disponibiliza o cotador do Sompo Auto, que permite ao corretor, além da realização de cotação personalizada, oferecer aos clientes a opção de contratar o Sompo Auto sem os serviços de assistência 24h, danos aos vidros, carro reserva e reparo rápido plus. Uma opção, diz Santos, para o segurado que precisa de um valor reduzido no seguro, mas que prefere manter as coberturas.

"Com isso, atendemos aos segurados que vivenciam diferentes realidades ou momentos em seu planejamento financeiro, ao mesmo tempo em que ampliamos o leque de oportunidades para que os corretores possam fidelizar clientes ou ampliar suas carteiras", destaca.

Rogério Santos, diretor de seguros massificados da Sompo

PARCERIA DE OURO

COM OS CORRETORES DE SEGUROS

Profissionais ganham protagonismo dentro da proposta de saúde integral da SulAmérica

> *Seu trabalho é primordial para que possamos entregar a proposta de Saúde Integral aos mais de 7 milhões de beneficiários da companhia - e para os novos que conquistaremos - em todas suas frentes de negócios*
>
> **Solange Zaquem,** diretora comercial da SulAmérica

Em 2020, é inegável que a saúde, em todas as suas esferas, ganhou um novo peso para cada um de nós. Diante de tantas incertezas que o cenário global nos impôs, equilibrar a saúde física, emocional e financeira é uma necessidade ainda mais evidente em todas as fases da vida.

Antes mesmo dos desafios catalisados pela pandemia da Covid-19, a SulAmérica já entendia que a Saúde Integral era uma forma de apoiar as pessoas para que elas tivessem, verdadeiramente, uma vida saudável no presente e no futuro. Esse olhar visionário, que leva em conta o tripé corpo, mente e finanças, é o que conduz toda a companhia – desde a elaboração e a entrega de um portfólio focado em pessoas, até o cuidado com os contatos e relações de parceria.

Esse olhar não poderia ser diferente para o corretor de seguros, profissional que, neste ano, tornou-se um dos protagonistas para encontrar e oferecer soluções que garantam qualidade de vida e equilíbrio às pessoas. Seu trabalho é primordial para que possamos entregar a proposta de Saúde Integral aos mais de 7 milhões de beneficiários da companhia - e para os novos que conquistaremos - em todas as suas frentes de negócios.

Solange Zaquem fortalece parceria com as assessorias

Sabendo que os corretores são os nossos maiores parceiros, ouvimos constantemente o que eles têm a nos dizer. Isso também é fundamental para o desenvolvimento de ofertas completas que atendam aos anseios de consumidores cada vez mais exigentes e, também, de serviços que facilitem o cotidiano do corretor. Queremos apoiá-los para que tenham a oportunidade de gerar mais negócios e para que consigam se reinventar, acompanhando as transformações da sociedade.

Pensando nisso, investimos fortemente em ferramentas, treinamentos, suporte e atendimento voltado aos corretores. Mais recentemente lançamos o PraSaber, a Escola de Negócios da SulAmérica, uma plataforma de cursos e treinamentos *online* totalmente gratuita e exclusiva para o corretor, com opções variadas para desenvolvimento profissional com foco em empreendedorismo.

Voltada primeiramente para os corretores de seguros, os conteúdos vão desde técnicos e funcionais até comportamentais e de relacionamento, ofertados utilizando ferramentas da Educação a Distância (EAD). São opções que englobam, por exemplo, cursos de Criatividade e Geração de Valor; Oficina de Vendas; Estratégia Digital e Economia Criativa. O melhor é que quem fizer esses módulos pode abater os créditos de MBA oferecido pela PUCRS.

Acreditamos que o conhecimento é a melhor forma de manter os negócios sempre atuais. Queremos realmente fazer a diferença na carreira dos corretores para que eles estejam sempre atualizados, continuem a apoiar as pessoas em todos os cenários e levem adiante o conceito de Saúde Integral, unindo saúde física, emocional e financeira para que todos vivam de forma plena hoje e sempre.

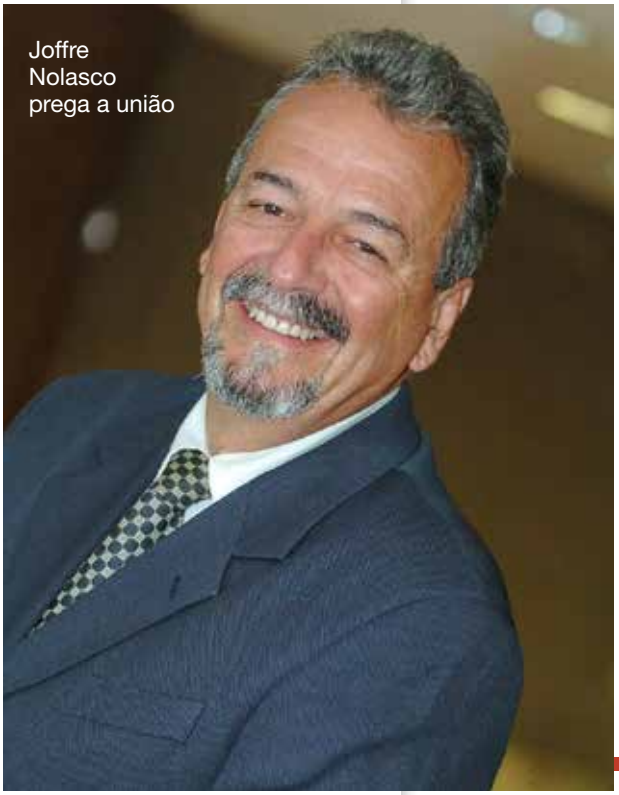
#vamojunto
HDI e você, corretor: protegendo a mobilidade de nossos clientes.
HDI
SEGUROS
Humana.
Digital.
Inovadora.
hdi.com.br

ACONSEG-RJ TEM NOVA DIRETORIA

PARA O BIÊNIO 2020-2022

> *"Pretendo estreitar, cada vez mais, a relação com as Aconsegs, procurando tratar em conjunto o que atinge as nossas assessorias, afinal, juntos somos mais fortes"*
>
> **Joffre Nolasco,** presidente da Aconseg-RJ

Joffre Nolasco, eleito presidente da entidade, destaca que as assessorias são competentes em atender os seguradores e corretores na melhor distribuição de seguros. "Essa é a nossa vocação", afirma



Joffre Nolasco prega a união

Com mais de 40 anos de experiência no mercado segurador, o profissional de seguros Joffre Nolasco Pinto Filho assumiu a presidência da Associação das Assessorias e Consultorias de Seguros do Rio de Janeiro (Aconseg-RJ) com a missão de dar continuidade ao trabalho da antiga gestão, trazendo novas ideias, concretizando projetos e parcerias e estruturando a entidade para continuar acompanhando os cenários que se apresentam, mantendo a sua evolução frente aos constantes desafios do setor. O executivo, que já esteve no cargo no biênio 2004-2006, tem ampla experiência em assessorias de seguros. Em 2001, fundou a sua própria empresa, a Rapport Assessoria de Seguros, que completou 19 anos em agosto.

"As assessorias são fundamentais para as seguradoras e para os corretores e, atualmente, são braços técnicos e comerciais que promovem produtos e serviços, além de liderar treinamentos e capacitações e estimular e abrigar um grande número de corretores de pequeno e médio porte", avalia.

Nolasco destaca ainda o papel estratégico desempenhado pelas assessorias.

"São importantes alternativas em nível econômico, operacional e tecnológico, ampliando o atendimento aos corretores sem custos fixos comerciais descentralizados para as seguradoras. No cenário econômico atual, as assessorias também são peças-chaves para crescimento do setor e da vida profissional dos corretores porque as associadas são resilientes e respondem rápido às situações apresentadas. Além disso, as assessorias são competentes em atender os seguradores e corretores na melhor distribuição de seguros. Essa é a nossa vocação".

Estreitar cada vez mais a relação com as Aconsegs de outras regiões do país também é um objetivo de Nolasco durante a sua gestão.

"Pretendo estreitar, cada vez mais, a relação com as Aconsegs, procurando tratar em conjunto o que atinge as nossas assessorias, afinal, juntos somos mais fortes. Quero aproximar a Aconseg-RJ do Clube de Corretores do Rio de Janeiro (CCRJ) para juntos fazermos o melhor comercialmente, tecnicamente e tecnologicamente para todos os agentes atuantes no mercado de seguros do estado", explica.

Nolasco afirma que a Universidade Aconseg continuará atuando, cada vez mais, na formação de profissionais para o mercado de seguros, ofertando formação de qualidade com preços acessíveis.

"Nosso reitor Luiz Phillipe Baeta Neves e nosso mestre Attina têm essa missão, procurando também implantar a formação online".

Fundada em 1998, a Associação das Empresas de Assessoria e Consultoria de Seguros do Estado do Rio de Janeiro (Aconseg-RJ) é uma entidade que reúne as assessorias de seguros, modelo de negócios que reformulou as áreas de produção das companhias e já movimenta mais de um bilhão e meio em prêmios por ano. A entidade realiza cursos, palestras e debates para fomentar o desenvolvimento das assessorias de seguros no Estado do Rio de Janeiro.

Unidos pelo mesmo ideal de fortalecimento

INTEGRAM A DIRETORIA 2020/2022, AO LADO DO PRESIDENTE JOFFRE NOLASCO, OS SEGUINTES MEMBROS:

Renato Rocha
(1º secretário/Nova Fortaleza Assessoria de Seguros)

Atuou por 36 anos na Itatiaia Seguros, onde iniciou carreira como contínuo até se aposentar como diretor comercial. Fundador e CEO da Nova Fortaleza Assessoria. Foi também um dos fundadores da Aconseg-RJ, sendo presidente da entidade por dois mandatos (2003 a 2004) e (2008 a 2012).

César Braga
(2º secretário/CDS Assessoria de Seguros)

Formado em Direito, iniciou suas atividades no mercado segurador em 1979,em uma seguradora multinacional, na área comercial. Atualmente é o CEO da CDS Assessoria, empresa com 27 anos no mercado, atuando com corretores de seguros de todo o Rio e Grande Rio, bem como Minas Gerais.

Luiz Philipe Baeta Neves
(1º tesoureiro/Baeta Assessoria de Seguros)

Economista, corretor de seguros, 38 anos de mercado. Iniciou sua carreira na área comercial da SulAmérica, onde ficou 15 anos. Dirige há 23 anos, junto com seus filhos, a Baeta Assessoria. Baeta exerceu dois mandatos consecutivos de presidente da Aconseg-RJ - 2016 a 2018 e de 2018 a 2020.

Mario Roberto Santos
(2º tesoureiro/TEA Assessoria de Seguros)

Trabalhou 15 anos como gerente comercial da sucursal Rio da SulAmérica. Em janeiro de 1999 assumiu a direção da TEA Assessoria de Seguros e está no comando da empresa até hoje. O executivo, assim como seus colegas da nova diretoria, acredita que o momento é de união, com o objetivo de fortalecer as assessorias e a Aconseg-RJ.

Chegou Amil One S1500.

A entrada do seu cliente em um mundo de exclusividades ficou ainda mais próxima.

[1]Consulte a rede disponível. [2]Cobertura para transplantes de fígado, pâncreas, coração, pulmão, pâncreas-rim e cardiopulmonar. [3]Consulte cobertura de vacinas. [4]Dois níveis de reembolso e pagamento em até 24h úteis para consultas e exames simples.

amil.com.br

ANS - nº 326305

Quem tem Amil One S1500 tem :

Telemedicina Amil One
Médicos do Einstein, 24h por dia, 7 dias por semana direto no App Amil Clientes.

Hospitais SP:
- Samaritano Higienópolis e Paulista
- Hospital Oswaldo Cruz

Hospitais RJ:
- Samaritano Barra e Botafogo
- Pró-Cardíaco

Hospitais DF:
- Sírio Libanês
- Hospital Brasília
- Hospital Santa Lúcia

Clínicas Einstein para exames[1]

- Rede Exclusiva
- Sessões de escleroterapia
- Vacinas[3]
- Serviços de courier
- Laboratórios Alta (SP e RJ) e Richet (RJ)
- Transplantes[2] extras
- Duas opções de reembolso em até 24h[4]
- Cirurgia oftalmológica refrativa sem limite de grau
- Sessões extras de fonoaudiologia
- Assistência viagem internacional de US$ 100 mil

amil one

Amil One. Cuidado certo e personalizado pra você viver o seu melhor.

heads.

MAG SEGUROS APOSTA EM

TECNOLOGIA E INOVAÇÃO

A MAG Seguros está constantemente acompanhando os grandes centros de inovação no mundo e conta com grandes programas para fomentar a inovação dentro do mercado de seguros e na própria companhia

Ancorada em longevidade e solidez, a empresa, quase bicentenária, investe para potencializar negócios

A MAG Seguros, especializada em seguro de vida e previdência com 185 anos de atuação ininterrupta no Brasil, orgulha-se em ser moderna e ter repetição em seu DNA. Por isso, investe em tecnologia e inovação para levar sempre as melhores soluções a parceiros de negócios e clientes, com atuação reconhecida por prêmios do Valor Econômico e Época Negócios.

Em 2017, a companhia desenvolveu sua aplicação de venda digital, que possibilita comercializar todo o portfólio de forma 100% digital, remota e com a máxima segurança, otimizando ainda mais o tempo do corretor. Totalmente parametrizada, aponta críticas do preenchimento, o que impacta positivamente e diretamente na produtividade do parceiro. Em 2019, mais de 90% das vendas foram realizadas por esta ferramenta.

A MAG Seguros investe em um portfólio de soluções completo, flexível, abrangente e sempre atual, tanto para seguro individual quanto coletivo, com soluções que aderem às necessidades da população e ao contexto socioeconômico do país. A seguradora oferece produtos para os riscos aos quais todos estão expostos: morte, invalidez, sobrevivência e bem-estar. A empresa ainda garante capitais segurados individuais de até R$ 25 milhões, com preços adequados para diferentes atividades profissionais e condições de saúde, além de ter planos para pessoas com até 85 anos.

A companhia segue atenta às oportunidades de desenvolver soluções cada vez mais modernas e inovadoras, como, por exemplo, o *seguro on demand*. A inovação e a tecnologia também estão presentes e são grandes aliadas para otimizar ainda mais os processos internos. A companhia investe fortemente em inteligência artificial, já utilizando processos de *machine learning* para regulação de benefícios. Além de trazer mais segurança na análise de sinistros, entregando agilidade ao cliente ou beneficiário.

A MAG Seguros está constantemente acompanhando os grandes centros de inovação no mundo e conta com grandes programas para fomentar a inovação dentro do mercado de seguros e na própria companhia. Em parceria com a Universidade Federal do Rio de Janeiro, a empresa possui uma iniciativa pioneira no país com o desenvolvimento de estudos atuariais próprios, o que contribuirá para o fomento de novas soluções cada vez mais competitivas no mercado.

O novo traz um jeito de olhar diferente para algo que já existe, seja isto uma evolução ou a solução de alguma questão. É preciso ter os pés no presente e os olhos no futuro. Por isso, dentro da MAG Seguros, a inovação, somada ao propósito da companhia, é um dos caminhos para que a companhia siga crescendo hígida e entregando aos parceiros, clientes, beneficiários e colaboradores sempre as melhores experiências.

Escola de Negócios SulAmérica

PRASABER

Já conhece a plataforma de treinamento PRA Saber?

Agora você tem a oportunidade de desenvolver ainda mais os seus negócios como corretor empreendedor! Lá você encontra muita informação, capacitação e inovação!

Cadastre-se já:

prasabersulamerica.com.br

Conheça o mais novo espaço que traz a oportunidade de ampliar seus conhecimentos, preparar a sua equipe e buscar os melhores resultados, com conteúdo de qualidade e sem custo.

E tem mais: a cada curso concluído, **você ganha mais pontos no PRA Corretor** e também pode trocar por disciplinas de cursos de pós-graduação e MBA.

Essa é mais uma iniciativa da SulAmérica para evoluirmos em uma parceria que faz a diferença.

Acesse agora mesmo: prasabersulamerica.com.br

SulAmérica

PROTEÇÃO GARANTIDA PARA

AMPLO UNIVERSO PROFISSIONAL

> *Para se ter uma ideia, em 2020, a carteira da Fator Seguradora cresceu 40% em relação ao ano anterior e as projeções para 2021 indicam um cenário extremamente positivo. Uma tendência clara de alta na contratação desse seguro essencial para o exercício profissional*
>
> **Emerson Bueno,** diretor comercial da Fator Seguradora

O RC Profissional da Fator Seguradora abrange mais de 20 ramos de atividades e mais de 90 especialidades na área da saúde

Voltado para reparar perdas causadas por erro ou omissão de um profissional, falha técnica que cause prejuízo para quem contratou o serviço, o Seguro de RC Profissional (E&O) tornou-se um item quase obrigatório para proteger as mais diversas atividades profissionais.

Existem mais de 20 ramos de atividades que hoje podem ser amparados pelo RC Profissional da Fator Seguradora, somados a mais de 90 especialidades para cobrir a área médica. Só para citar alguns: médicos de especialidades diversas, clínicas, hospitais, laboratórios, dentistas, veterinários, imobiliárias, agência de propaganda, de turismo, cartório, agências de propaganda e publicidade, gráficas e editoras, empresas de mídia e vídeo, engenheiros, arquitetos, escritórios de advocacia, farmácias, escolas, universidades e corretores de seguros.

Emerson Bueno, diretor comercial responsável também pela diretoria de marketing e canais de distribuição, explica que "mesmo os desvios não intencionais podem ocasionar grandes prejuízos financeiros, com possibilidade de abertura de processos por terceiros, pelos clientes que contratam os serviços. O RC Profissional da nossa companhia garante a indenização desses terceiros, cobrindo gastos com defesa judicial, em suas diversas fases, até que seja proferida a sentença e autorizado o acordo entre as partes. E ainda existem coberturas que podem ser incluídas, dependendo da atividade, tais como danos morais, difamação, calúnia e injúria, roubo ou furto de documentos etc".

Emerson Bueno, diretor comercial da Fator Seguradora

Para se ter uma ideia das vantagens na contratação deste seguro, Emerson Bueno relaciona alguns motivos que tornam, hoje, esse tipo de cobertura quase que indispensável para o exercício profissional das categorias e empresas. "Qualquer atividade profissional hoje em dia é cercada por imprevistos, falhas humanas ou não, e suscetível a acidentes de percurso inimagináveis anteriormente, como por exemplo a pandemia que assolou o planeta esse ano. Por isso, mais do que nunca, é preciso garantir a proteção dos empregados; o gerenciamento de risco com orientações de possíveis falhas; do patrimônio do segurado através da cobertura do seguro; na abertura de processos por clientes cada vez mais exigentes contra os prestadores de serviços e contra a vulnerabilidade por falha que acarrete perda financeira ao profissional".

A Fator Seguradora se consolidou neste mercado pelo desenho moderno e pelos atrativos do seu produto. Entre os principais, estão: canal digital exclusivo: cotações e emissões até R$ 5 milhões realizadas em curtíssimo prazo; contratação flexível de acordo com as especificações das responsabilidades técnicas; amplas coberturas; processos simplificados e sólido processo de subscrição. "Um produto completo, de grande visibilidade e necessidade para as atividades profissionais de uma sociedade cada vez mais exigente e que precisa de respostas eficientes e rápidas para suas demandas", finaliza.

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 desenvolvidas para pequenas, médias e grandes empresas de serviços, comércio e indústria, além de um suporte completo e especializado:
Renovação simplificada com a ferramenta Renova Fácil;
Acompanhamento, inspeção e gerenciamento de riscos;
Assistência 24 horas com diversas opções de serviços.
www.sompo.com.br
SOMPO HOLDINGS
A Theme Park for Security, Health & Wellbeing
PROCESSO SUSEP Nº 15414.004605/2004-17. O REGISTRO DESTE PLANO NA SUSEP NÃO IMPLICA, POR PARTE DA AUTARQUIA, INCENTIVO OU RECOMENDAÇÃO À SUA COMERCIALIZAÇÃO. CNPJ: 61.383.493/0001-80
SOMPO SEGUROS
A SEGURADORA FAIXA-PRETA.

PLANOS MÉDICO-HOSPITALARES VOLTAM A ULTRAPASSAR OS 47 MILHÕES

O mês de setembro confirmou a tendência de crescimento dos planos de saúde médico-hospitalares verificada nos meses anteriores. De acordo com os dados da Nota de Acompanhamento de Beneficiários (NAB), divulgada pelo Instituto de Estudos de Saúde Suplementar (IESS), com o avanço de 0,3% no período de 12 meses, o setor voltou a ultrapassar o total de 47 milhões de vínculos, o que não acontecia desde abril.

Entre setembro de 2019 e o mesmo mês desse ano, o segmento de planos médico-hospitalares registrou mais de 124 mil novos beneficiários. Segundo José Cechin, superintendente executivo do IESS, o número reforça a tendência de crescimento, ainda em ritmo lento, registrada a partir de julho. "Importante notar que no, intervalo de três meses, entre junho e setembro, o setor cresceu 0,8%, o que representa aproximadamente 380 mil novos contratos", aponta. "Esse crescimento foi alavancado pelo resultado dos coletivos empresariais, o que mostra que as empresas voltaram a admitir novos colaboradores e, consequentemente, contratar novos planos", completa Cechin.

José Cechin, superintendente executivo do IESS

Em setembro de 2020, 38 milhões (80,7%) de beneficiários médico-hospitalares possuíam um plano coletivo. Desse total, 83,6% eram do tipo coletivo empresarial e 16,4% do tipo coletivo por adesão.

Entre os estados, no período de 12 meses encerrado em setembro, foi registrado aumento de beneficiários em planos de assistência médica em 17 unidades federativas. Piauí e Goiás lideram o crescimento, com 4,3% e 2,8%, respectivamente. Em números absolutos, Minas Gerais, Goiás e Distrito Federal foram os que tiveram o maior ganho de beneficiários. Só em Minas Gerais, foram registrados mais de 118 mil novos vínculos em 12 meses, crescimento de 2,4%.

"Na análise anual, a faixa etária de 59 ou mais foi a que registrou o aumento mais expressivo, com avanço de 2%. Na trimestral, aqueles entre 19 e 58 anos foram maioria. O que mostra duas tendências: que os idosos brasileiros têm se preocupado em contar com um plano de assistência médica e, ao mesmo tempo que a economia brasileira volta a admitir trabalhadores com a gradual retomada das atividades", conclui Cechin.

A NAB consolida os mais recentes números de beneficiários de planos de saúde médico-hospitalares e exclusivamente odontológicos, divididos por estados, regiões, faixas etárias, tipo de contratação e modalidade de operadoras.

Acesse o boletim completo em https://bit.ly/NAB_IESS

TESLA BATE RECORDE DE PRODUÇÃO E VENDAS DE CARROS ELÉTRICOS

A notícia foi publicada no Portal UOL. A empresa produziu 145 mil veículos e entregou 139 mil no terceiro trimestre de 2020. Os rumores sobre as vendas recordes da Tesla no terceiro trimestre de 2020 foram confirmados. A empresa entregou 139.300 veículos elétricos a clientes, quebrando o recorde anterior do último trimestre de 2019, quando foram comercializados 112.510 veículos elétricos. Ao mesmo tempo, a produção de carros elétricos ainda ultrapassou ligeiramente a marca de 145 mil unidades em três meses.

TECNOLOGIA EM PAUTA

Rodar a metade da Terra em um carro gastando apenas 1 litro de gasolina está mais próximo de acontecer do que se imagina.

Uma equipe de estudantes e engenheiros da Universidade de Dalarma, na Suécia, construíram o veículo de maior eficiência energética do mundo.

O protótipo, que recebeu o nome de Eximus IV, foi o vencedor do concurso sueco anual Delsbo Eletric, que tem como objetivo selecionar o carro elétrico mais eficiente do mundo.

Trata-se de um veículo sobre trilhos que usa 0,517 Wh para transportar uma pessoa por um quilômetro. Esse índice equivale a usar 0,63 mililitro de combustível, o que seria cerca de 12 gotas de gasolina para transportar uma pessoa por 10 km.

De acordo com o professor Henrik Rodjegard, um dos coordenadores do evento, em teoria, o Eximus IV poderia transportar uma pessoa por quase metade de um caminho ao redor do mundo usando a energia contida em apenas um litro de gasolina.

Desde Sempre SUHAI SEGURADORA

A Suhai é sinônimo de ampla aceitação.

Quer ver? Não importa a marca, modelo ou ano. Aqui seu cliente sempre encontra proteção. Motoentregadores são bem vindos também. A Suhai é desde sempre a melhor opção.

Roubo e Furto

Sem Burocracia
Agilidade na contratação.

Ampla Aceitação

Cobertura opcional de Perda Total por colisão ou danos

Assistência 24h
Serviço de chaveiro, troca de pneu, transporte domiciliar e guincho.

Comissões Especiais

Seja corretor parceiro da maior seguradora de motos do país.

suhaiseguradora.com

SUHAI SEGURADORA

MUDANÇAS NA SULAMÉRICA INVESTIMENTOS

Há 14 anos na SulAmérica Investimentos, André Caram assumiu, em outubro, toda a área comercial da *asset*, passando a liderar integralmente o relacionamento com clientes investidores institucionais, distribuição e alta renda. Caram, que tem 25 anos de experiência no mercado, é graduado em Direito e Administração e possui MBA em Gestão Estratégica e Econômica de Negócios pela FGV-SP, além de pós-graduação em Finanças pela Fundação Dom Cabral.

A área ganhou também, em novembro, nova liderança na gestão de crédito. Daniela Gamboa é a nova superintendente de Crédito Privado da SulAmérica Investimentos, levando para a área 20 anos de experiência em renomadas instituições, como o BankBoston e Itaú BBA, tendo, por último, atuado como Head de créditos líquidos na Kinea. Sua chegada fortalece a equipe de gestão de fundos, incluindo o segmento de crédito privado, que possui atualmente R$ 6 bilhões sob gestão, entre mandatos exclusivos e fundos abertos.

Daniela Gamboa

André Caram

"Daniela chega para acelerar nosso processo em andamento de expansão e fortalecimento da grade de produtos e linha de crédito na SulAmérica a Investimentos", afirma Marcelo Mello, Vice-Presidente de Investimentos, Vida e Previdência da SulAmérica.

A SulAmérica Investimentos possui R$ 48 bilhões sob gestão. Com 25 anos de história, a empresa detém há 11 anos a nota máxima de práticas de gestão de fundos, baseando sua excelência em transparência, rigoroso controle de risco e foco em retornos consistentes.

Ivan Gontijo

BRADESCO SEGUROS TEM NOVO PRESIDENTE

Ivan Gontijo assumiu a presidência da Bradesco Seguros em novembro, sucedendo a Vinicius Albernaz, que, por motivos pessoais, tomou a decisão de deixar a companhia para novos desafios, de acordo com comunicado divulgado pela empresa.

Antes de ocupar o novo cargo, Gontijo atuava como Diretor Geral da Bradesco Seguros. Carioca, o executivo atuou, ao longo de toda a sua carreira, no segmento segurador e de instituições financeiras, posicionando-se, assim, como um reconhecido especialista no setor.

AMIL RECEBE SELO DE DIREITOS HUMANOS E DIVERSIDADE

O Conselho Consultivo de Clientes Transgêneros da Amil teve seu trabalho reconhecido pela Prefeitura de São Paulo, que o agraciou com o Selo de Direitos Humanos e Diversidade na categoria LGBTI. A certificação, que foi anunciada em outubro, identifica boas práticas de inclusão, gestão da diversidade e de promoção dos direitos humanos em empresas, órgãos públicos e organizações do terceiro setor.

Criado em 2018, o Conselho de Clientes Transgêneros da Amil reúne clientes e pacientes para discutirem a estrutura e os serviços prestados pela operadora, propondo melhorias. A principal delas, já atingida, foi o estreitamento do relacionamento com beneficiários e seus familiares.

Entre outros resultados também alcançados pelo Conselho estão a agilização do processo de implementação do nome social dos beneficiários nas carteirinhas do plano de saúde, a capacitação sobre identidade de gênero de mais de 100 profissionais da área de atendimento ao cliente, a criação de cartilhas sobre o tema, a realização de evento dedicado à contratação de colaboradores trans pela empresa e o treinamento de atenção integral à saúde de pessoas trans para médicos de família e residentes dessa especialidade, psiquiatras, psicólogos e preceptores de São Paulo.

/FatorSeguradora

Um NOVO SITE, Uma NOVA Forma de Ver a Fator Seguradora.

Agora você, Corretor(a) de Seguros, encontrará todas as informações e ferramentas de trabalho que precisa **EM UM SÓ LUGAR!**

- *Melhor Experiência para o Usuário*
- *Material de Apoio ao Corretor*
- *Site Trilíngue*
- *Seção de Dúvidas*
- *Chat para Atendimento*
- *Atalho para Redes Sociais*
- *Artigos e Publicações*
- *Conteúdo de Suporte Audiovisual*
- *Eventos e Treinamentos*

São Paulo
(+55 11) 3709-3000 (PABX)

Rio de Janeiro
(+55 21) 3861-2500

SAC: 0800-77-07229
Ouvidoria Fator: 0800-77-32867
Memorize: 0800-77-FATOR
www.fatorseguradora.com.br

Antes da contratação, consulte seu corretor e leia as condições contratuais da apólice, que regem o contrato de seguro, as quais descrevem as coberturas, prazos,limites, riscos excluídos e demais condições do seguro.

FATOR SEGURADORA S.A., CNPJ 33.061.862/0001-83. Cód. SUSEP 6122. SAC 0800-77-07229 e Ouvidoria 0800-77-32867. SUSEP- SUPERINTENDÊNCIA DE SEGUROS PRIVADOS, autarquia federal, responsável pela fiscalização e controle dos mercados de seguro, previdência complementar aberta, capitalização, resseguro e corretagem de seguro. Contato: 0800-201-8484.

fator | fator seguradora

> *"Decidimos fazer um evento online e criamos o CQCS Innovation Latam, em versão trilíngue, e com seis paradas. Este foi o melhor ano do CQCS"*
>
> **Gustavo Doria Filho,** idealizador e produtor do evento e CEO do CQCS

O CORONAVÍRUS MUDOU O MERCADO DE SEGUROS

A pandemia acelerou a inovação e o setor teve que se reinventar

Esse foi o tema debatido na última parada do "CQCS *Innovation* Latam". Participantes demonstraram otimismo e revelaram que a pandemia acelerou inovação e levou o mercado de seguros a se reinventar

O idealizador, realizador e moderador do evento internacional, Gustavo Doria Filho, demonstrou emoção ao falar da última parada do evento, lembrando que a organização foi acelerada em razão da pandemia, que obrigou a realização de um evento virtual, ao contrário do previsto. "Decidimos fazer online e criamos o CQCS *Innovation* Latam, um evento trilíngue com seis paradas. Este foi o melhor do ano do CQCS", frisou Doria, que agradeceu o apoio dos conceituados participantes e também dos patrocinadores.

Sucesso absoluto, o evento alcançou a marca de três mil inscrições e contou com as participações de Caribou Honing, *chairman* e co-fundador do Insuretech Connect; Edson Franco, CEO da Zurich; Tatiana Mattar, diretora de Novos Produtos da Pottencial Seguradora; além de Evandro Sales, CFO da Quiver, que foi a "Insurtech do mês".

Na mensagem deixada pelos palestrantes, ficou claro que, apesar das trágicas consequências em todo o mundo, a pandemia também foi uma oportunidade para o mercado de seguro acelerar seus projetos de inovação, além de se reinventar em vários aspectos.

Caribou Honing acentuou que "oportunidades surgem para seguradoras oferecem novos serviços para clientes e corretores. É importante, agora, repensar os produtos ofertados. É preciso enfrentar a crise com espírito de reinvenção".

Já Edson Franco afirmou que "houve um aumento do interesse de proteção, especificamente no ramo vida. O momento é de busca de produtos que garantam a proteção, o bem-estar e por serviços online. Foi também, de certa forma, surpreendente o comportamento do cliente, agora mais voltado para questões sociais, em se importar com o que a seguradora faz pelo planeta e se é sustentável".

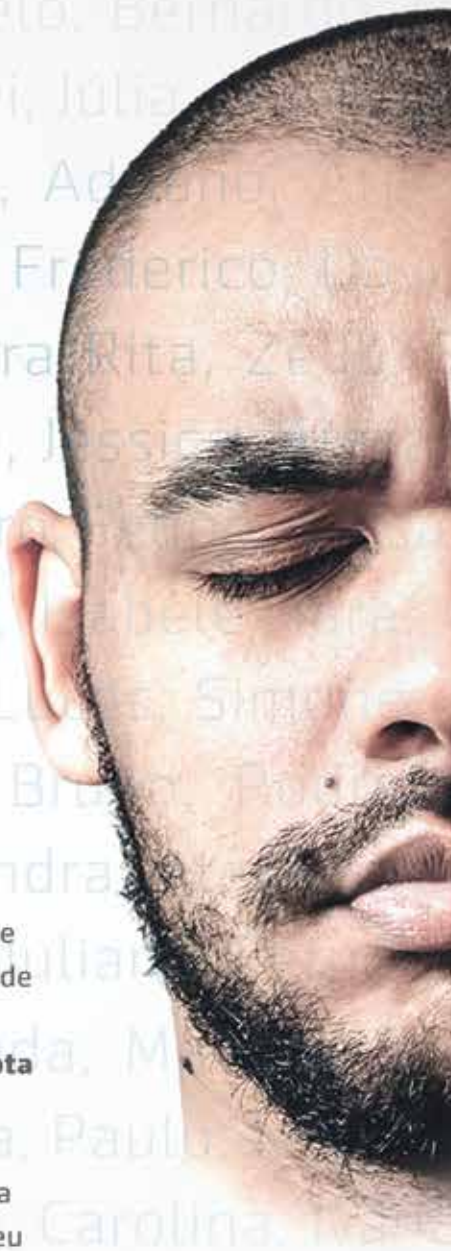
Por sua vez, Tatiana Mattar destacou: "Estamos saindo mais fortes da pandemia. A Pottencial manteve as pessoas empregadas, está crescendo mais de 12% em comparação a 2019 e está atingindo os objetivos. Reinventamos a comunicação e processos, aumentamos o portfólio de clientes e novos corretores querem fazer negócios conosco", comemorou.

Evandro Sales, CFO da Quiver, observou que "o cenário de mudanças acelerou também a busca de novas soluções de gerenciamento, multicálculo e de benefícios em um ano muito especial e estranho, com muitas mudanças, que alteraram a forma de trabalhar".

Palestrantes de alto nível

dp®

UM POR TODOS E TODOS POR UM



Para um futuro tranquilo, prevenção é prioridade.

Nosso investimento contínuo em tecnologia permite que nossos corretores parceiros sigam a sua missão de proteger famílias e continuem **gerando mais e melhores negócios**. Tudo isso de forma **100% remota** e com a máxima segurança.

A **MAG Seguros** está ao lado da **ACONSEG-RJ** para oferecer todas as suas **ferramentas digitais** e o seu portfólio completo de soluções de seguro de vida e previdência.

MAG SEGUROS

magseguros | mag.com.br
institutomongeralaegon.org

GRUPO MONGERAL AEGON

> *"A população passou a enxergar o seguro como um aliado muito importante para a sua consolidação de nação progressista. E foi com esse espírito que entramos em 2020"*
>
> **Marcio Coriolano,** presidente da CNseg

SETOR DE SEGUROS

RETOMA CRESCIMENTO

O mercado segurador tem motivos, sim, para comemorar

Após um segundo trimestre de recuos consideráveis, o setor de seguros encerrou o terceiro trimestre do ano com taxa de crescimento de 7,7% (sem Saúde e DPVAT) em contraposição à retração de 13,8% registrada no segundo trimestre, de acordo com dados divulgados pela CNseg, confirmando, assim, a trajetória de recuperação do setor, em um ambiente econômico ainda marcadopor grandes dificuldades.

O segmento de Coberturas de Pessoas, por exemplo, passou de um recuo de 19,8%, para 8%. Danos e Responsabilidades (sem DPVAT) pulou de 0,8%, para 7,4%, e Capitalização, que tinha registrado recuo de 16,5%, avançou 6,5%.

Só no mês de setembro, o setor (sem Saúde e DPVAT) avançou 11,9%, em comparação ao mesmo mês do ano anterior, com arrecadação ultrapassando a casa dos R$ 24,4 bilhões. No acumulado do ano até setembro, foram quase R$ 198 bilhões, representando alta de 0,6% sobre o mesmo período de 2019.

Durante o evento Conexão Futuro Seguro, promovido, pela Fenacor, Sincors e Escola de Negócios e Seguros, no dia 12 de novembro, Marcio Coriolano, presidente da CNseg, disse que 2020 foi o ano mais difícil dos últimos 40. Segundo ele, tudo levava a crer que este seria um ano igual ou até melhor que o de 2019, quando o setor apresentou vigoroso crescimento de 12%, sinalizando, como ele avaliou, um novo olhar dos brasileiros para o seguro. "A população passou a enxergar o seguro como um aliado muito importante para a sua consolidação de nação progressista. E foi com esse espírito que entramos em 2020",

Mas, o mercado teve que enfrentar duas crises: a econômica e a de mobilidade. Coriolano acredita que esta última ainda está impactando fortemente muitos setores, o que, na sua opinião, tem contribuído para a redução das demandas por seguro.

Mas, passados oito meses, os números vieram coroar setembro como o mês da virada, tendo o segmento de Danos e Responsabilidade (sem DPVAT) crescido 17%, o de Capitalização 16,6%, e o de Coberturas de Pessoas, 9,1%.

A retomada, segundo o presidente da CNseg, foi possível graças à "confiança demonstrada pelos clientes que estão vendo o seguro como proteção para pandemias e outros problemas que porventura venham a surgir. E, sobretudo, às características que fazem o diferencial do mercado segurador, como a sua reconhecida solvência, a concorrência crescente, a criatividade em soluções, o progresso tecnológico, seus profissionais capacitados e experientes, uma rede de distribuição que nenhum outro país pode sonhar, a solidariedade do mutualismo, o espírito de servir. E é com esse conjunto de atributos que o setor de seguros saúda o ano de 2021", concluiu.

TOKIO MARINE
SEGURADORA

tokiomarine.com.br
Tokio Marine Seguradora
/TokioMarineSeguradora

E se a empresa precisar contratar um Seguro de Capital Global que aceita até 600 vidas?

TOKIO MARINE SIMPLES VIDA

- Sem burocracia na contratação
- Valor preestabelecido em função da atividade da empresa
- Dispensa do envio de movimentação mensal de Colaboradores
- Painel de renovação do Seguro: mais autonomia e agilidade para você e seu Cliente

RESOLVE

Um produto voltado para as pequenas e médias empresas, sem burocracia na contratação. **Seguro Tokio Marine Simples Vida,** Resolve pra você também.

**Quer saber mais?
Fale com o seu
Gerente Comercial.**

Uma Seguradora
completa pra você
ir mais longe.

TOKIO MARINE SEGURADORA
NOSSA TRANSPARÊNCIA, SUA CONFIANÇA

Este Seguro é garantido pala Tokio Marine Seguradora S/A – CNPJ 33.164021/0001-00 – Código SUSEP nº 06190. Tokio Marine Simples Vida – VG Global – Código SUSEP 15414.900080/2019-29. O registro deste plano na SUSEP não implica, por parte da Autarquia, incentivo ou recomendação à sua comercialização. Consulte Condições Gerais do produto ou serviço em www.tokiomarine.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.**

UNIVERSIDADE ACONSEG

www.unversidadeaconseg.com