

ANO 8 | NÚMERO 41 JAN/FEV/MAR DE 2021 | WWW.ACONSEG-RJ.COM.BR

REVISTA DA ACONSEG RJ



RETOMADA NO PÓS-PANDEMIA

TENDÊNCIAS PARA 2021

ASSESSORIAS MIRAM NOVOS NEGÓCIOS

Chegou Amil One S1500.

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



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

amil.com.br



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 exames¹



Rede Exclusiva



Sessões de escleroterapia



Vacinas³



Serviços de courier



Laboratórios Alta (SP e RJ) e Richet (RJ)



Transplantes² extras



Duas opções de reembolso em até 24h⁴



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.

Novos negócios

A atuação estratégica das assessorias juntas pode dinamizar a distribuição de produtos das seguradoras.

A Aconseg-RJ prevê maiores possibilidades de negócios com as companhias e trabalha para estreitar cada vez mais os laços com as parceiras. Com uma atuação estratégica, acredito que a ação conjunta das assessorias apoia e incrementa a distribuição de produtos das companhias.

As assessorias são de grande importância para promover a capilaridade do atendimento comercial devido à capacidade estratégica e à sinergia que mantêm com os corretores. Trabalhamos com portfólios dos mais simples aos mais complexos e com uma diversidade enorme de produtos diferentes, e as nossas afiliadas dão conta do recado, gerando muitas oportunidades e possibilidades comerciais para as companhias parceiras.

Após um ano de enfrentamento da pandemia da Covid-19, a crença é de que o período mais difícil foi superado e a vacinação em massa da população do planeta vai permitir que as pessoas voltem a viver com cuidados, mas sem medo.

A julgar pela reportagem especial desta edição, o clima é de confiança no mercado. O Índice de Confiança do Setor de Seguros (ICSS), da Fenacor, aponta que corretores e seguradores começam 2021 otimistas em relação ao desempenho da economia e do mercado: 53% dos corretores e 59% dos seguradores acreditam num ambiente econômico melhor e favorável para os próximos seis meses. E 59% dos corretores projetam crescimento do faturamento, da mesma forma que 64% dos seguradores.

As oportunidades de expansão do seguro em 2021 são desafiadoras, mas propícias para a implementação de novos produtos e serviços na retomada pós-pandemia dos negócios do setor. Nós apostamos nesse cenário e queremos colaborar para torná-lo possível e real.

Boa leitura a todos!

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 Philippe 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: Otimismo Desafiador	6-19
Diretoria	22-23
Painel.....	24-26-27-28-29
Tecnologia	30-32
Mercado em foco	34
Números do mercado.....	36-38



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 Philippe 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, entrevistados e Shutterstock

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

#vamojunto

PRATA

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

HDI
SEGUROS

Humana.
Digital.
Inovadora.

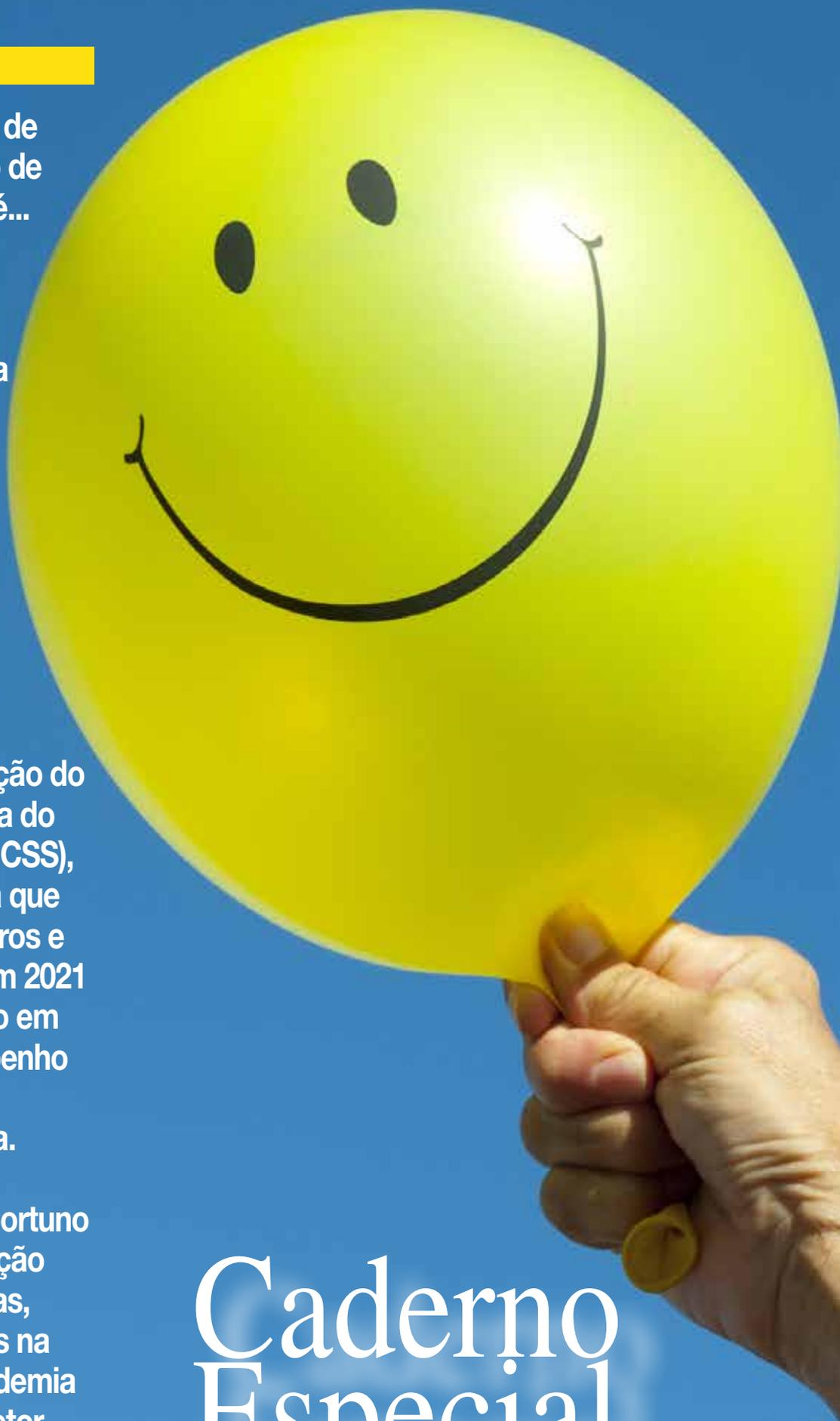
hdi.com.br

Em 2021, a palavra de ordem no mercado de seguros brasileiro é... otimismo!

Após um ano de enfrentamento global da pandemia da Covid-19, o pensamento agora é de que a travessia do período mais delicado já foi superada e o momento é de recomeços.

A mais recente edição do Índice de Confiança do Setor de Seguros (ICSS), da Fenacor, aponta que corretores de seguros e seguradores iniciam 2021 com mais otimismo em relação ao desempenho do mercado e da economia brasileira.

O cenário ainda é desafiador, mas oportuno para a implementação de novas estratégias, produtos e serviços na retomada pós-pandemia dos negócios do setor.



Caderno Especial

Revelação está no Índice de Confiança do Setor de Seguros (ICSS), Fenacor, para o primeiro semestre de 2021 (dados de jan/2021)

Confiança na
Economia: Corretores

53%
acreditam que
ficará melhor;
6%
muito melhor;
29%
estável;
12%
pior

Confiança na
Economia: Seguradores

59%
apostam num
cenário de
crescimento;
32%
veem uma possível
estabilidade;
9%
temem uma piora

Faturamento:
Corretores

59%
dos corretores
projetam crescimento;
35%
não acreditam em
variações em relação
ao final de 2020;
6%
esperam uma queda

Faturamento:
Seguradores

64%
apostam no aumento
das receitas;
5%
preveem um cenário
muito melhor;
18%
sinalizaram
estabilidade;
13%
temem queda

OTIMISMO DESAFIADOR!

Rentabilidade:
Corretores

53%
dos corretores avaliam
que ficará melhor;
41%
esperam um quadro
de estabilidade;
6%
preveem uma piora

Rentabilidade:
Seguradores

59%
dos seguradores
projetam estabilidade;
27%
acreditam em
crescimento;
14%
esperam queda

Seguro
global

Expectativa de
crescimento de
3,4% nos prêmios
de seguros
mundiais em
2021, após queda
de **1,4%** no ano
passado

OTIMISMO DESAFIADOR!



Cenários- Os executivos ouvidos pela Revista da ACONSEG-RJ se mostram otimistas quanto aos rumos do seguro em 2021, a despeito de ainda projetarem um cenário desafiador para os negócios do segmento este ano.

Sergio Carvalhaes de Brito, diretor Comercial Varejo RJ/ES da Tokio Marine, avalia que o “grande desafio” de 2021 será a recuperação da economia brasileira diante dos efeitos da pandemia. Segundo ele, com um cenário de baixa taxa de juros, câmbio alto e recuperação do PIB, o mercado deve estar atento tanto a novos riscos quanto a oportunidades de diversificação de negócios para o setor.

“O mercado securitário exercerá um papel de protagonismo na retomada da economia, atendendo a uma maior demanda de proteção da sociedade. Juntos – seguradores, corretores e assessorias –, temos condições de voltar a atingir um patamar de crescimento de dois dígitos em nosso mercado em 2021”, analisa.

Para Leonardo de Freitas, diretor da Organização de Vendas da Bradesco Seguros, “o setor tem respondido com resiliência a todas as dificuldades e apresentado bons resultados”.

O executivo acredita que o cenário para a economia global em 2021, “especialmente para o mercado de seguros”, mostra-se construtivo, o que reverte a retração registrada em 2020 causada pela pandemia.

“A base para a retomada é o processo de contenção da pandemia e, principalmente, o programa de vacinação, que esperamos que ganhe força ao longo dos próximos meses na grande maioria dos países, o que impactará diretamente nas estratégias da seguradora”, avalia.

Com os inúmeros ajustes implementados pelas seguradoras para atender à demanda dos segurados frente à pandemia, como a oferta de novos serviços e tecnologias e a expansão do leque de produtos, Fernando Grossi, diretor-executivo Comercial e de Marketing da Sampo Seguros, ressalta que o trabalho de consultoria dos corretores, assessorias e plataformas de seguros ganhará predominância este ano para auxiliar o consumidor a contratar a cobertura adequada à sua necessidade. Segundo ele, 2021 será um ano de muita integração no mercado segurador.



Sergio Carvalhaes
Diretor Comercial Varejo RJ/ES da Tokio Marine

“É por meio desse esforço conjunto que vamos manter a premissa de levar sempre a melhor solução em termos de seguro para o consumidor e, com isso, alcançar uma retomada efetiva no crescimento do mercado de seguros”, afirma o executivo.

Grossi destaca ainda que a seguradora Sampo mantém atualmente parcerias com 69 assessorias de seguros no Brasil, das quais 22% são no Estado do Rio de Janeiro. Nesse sentido, o executivo acredita que os canais de distribuição devem alcançar um papel de destaque na retomada da indústria de seguros pós-pandemia.

“O panorama econômico traz um cenário desafiador, mas oportuno para o desenvolvimento de estratégias para diversificação e rentabilização de carteiras”, destaca.

“O MERCADO SECURITÁRIO EXERCERÁ UM PAPEL DE PROTAGONISMO NA RETOMADA DA ECONOMIA, ATENDENDO A UMA MAIOR DEMANDA DE PROTEÇÃO DA SOCIEDADE”

Inovação e Tecnologia – Bruno Blatt, CEO da Qualicorp, diz que a Covid-19 provocou reflexos consideráveis em todos os setores, sobretudo na Saúde, como a aprovação, mesmo que temporária, do uso da telemedicina.

“É inegável que a pandemia reforçou algo que já era uma importante tendência: a necessidade das áreas de saúde, inovação e tecnologia caminharem juntas”, constata.

Nesse sentido, Blatt acredita que o seguro-saúde é atualmente uma “prioridade para a população brasileira”. O executivo da Qualicorp cita ainda outras duas tendências que, na sua opinião, se firmarão cada vez mais no setor de seguros: a venda digital, “que permite ao corretor e ao cliente realizar a venda e a contratação de forma totalmente online e sem sair de casa”, e o crescimento de aquisições, parcerias e acordos regionais “como forma de ampliar a oferta de produtos para diversificar as possibilidades ao cliente.”

O mercado de seguro encontrou nas *fintechs* e *insurtechs* maneiras de se reinventar, usando a tecnologia em todas as etapas de seus processos, além de investir em departamentos estruturados e dedicados à inovação, destaca Emerson Bueno, diretor Comercial da seguradora Fator. O executivo avalia essas *startups* como “grandes tendências dos próximos anos”, pois criam modelos de distribuição, multiplicam o alcance por meio de multicanais, eliminam burocracia e investem em simplificação e digitalização de processos e autosserviços.

Bueno cita o seguro de grandes riscos como exemplo de segmento do mercado para o qual as novas tecnologias são fundamentais para entender com maior precisão o comportamento dos segurados. “São grandes aliadas no controle de indicadores ou quando permitem a criação de modelos atuariais que garantam uma subscrição ‘sob medida’”, assinala.

O investimento em tecnologia tem sido um dos grandes focos do mercado de seguros, e deverá continuar assim ao longo deste ano, aposta Freitas.

“O mercado continuará se dedicando ao desenvolvimento de soluções que simplifiquem as atividades dos corretores e que melhorem a experiência dos clientes nas jornadas de atendimento”, frisa o diretor da Bradesco.

Mercado digital – Mauricio Galian, vice-presidente Técnico da seguradora HDI, opina que as lições deixadas pelo ano anterior deverão ecoar e serão cada vez mais aproveitadas em 2021, “fazendo



Leonardo de Freitas
Diretor da Organização de Vendas da Bradesco Seguros

com que o mercado fique cada vez mais digital e se adeque mais rapidamente ao perfil do cliente”, um seguro que manuseia diariamente dispositivos e aplicativos interativos, ágeis e flexíveis.

“Será um ano desafiador, porém acredito que o momento é de oportunidades e de expansão para todos”, prevê.

Leonardo de Freitas tem visão idêntica e classifica como “temas vitais para 2021” o cuidado com a eficiência operacional e a transformação digital.

“O avanço da digitalização tem sido um meio necessário para a realização de negócios mais ágeis, qualificados e consultivos, oferecendo processos mais eficazes, desde o primeiro contato do cliente para contratação do produto, até o momento da regulação do seguro”, opina.

Carolina Lorenzatto, diretora-executiva de Growth e Produtos da Amil, reforça as opiniões sobre a tendência “cada vez mais digital” do seguro e cita as ações do setor, que investiu em áreas como telemedicina, tecnologia para análise de dados e ferramen-

F
“O SETOR TEM RESPONDIDO COM RESILIÊNCIA A TODAS AS DIFICULDADES E APRESENTADO BONS RESULTADOS”

OTIMISMO DESAFIADOR!



tas de gestão de saúde. “Para fazer esses produtos chegarem ao público, investiremos em novas parcerias, novas plataformas de relacionamento e no fortalecimento do Canal Corretor”, enfatiza.

As disrupções, sobretudo aquelas ligadas à transformação digital do setor, refletirão não apenas em 2021, mas também nos próximos anos, antevê Eduardo Dal Ri, diretor-executivo Comercial da seguradora Allianz. Segundo ele, a digitalização irá otimizar o tempo dedicado pelos corretores nos processos de cotação e de emissão de apólices e ainda irá ajudá-los a atuar como consultores para os seus clientes.

“Veremos um setor mais eficiente e uma indústria mais digitalizada na atuação do canal de distribuição, nos relacionamentos com parceiros de negócios e segurados, nos processos, produtos, serviços e nas experiências dos clientes com as seguradoras”, estima.

RH – Robson Tricarico, diretor Comercial da seguradora Suhai, acredita que mesmo com o enfraquecimento da pandemia no curto ou médio prazo as empresas não deverão voltar com todos os seus colaboradores ao regime de trabalho presencial diário. “Muitos (colaboradores) devem ainda permanecer em casa ou farão rodízio, formato que contribuiu para redução de despesas operacionais, sem perda de produtividade na maioria dos casos”, prevê.

Emerson Bueno chama a atenção da importância dos colaboradores das seguradoras para o sucesso do atendimento a segurados e potenciais clientes do setor.

“Empresas que usam a tecnologia sem desprezar a importância do fator humano têm tudo para se destacar. Uma equipe empática e cordial sempre será um diferencial. O cliente quer agilidade na subscrição, cotação, emissão e no atendimento a sinistros. Por mais que sistemas possam garantir entregas em tempo recorde, nada substituirá a cordialidade humana”, teoriza.

Igualmente, Freitas também destaca a importância da capacitação profissional, essencial, segundo ele, para o momento atual, de grandes transformações. “As pessoas terão que continuar se adaptando às novas tecnologias, aos novos métodos de trabalho e, principalmente, ao novo consumidor – que também está sempre mudando”, reitera o executivo.

Ramos em destaque – A despeito da existência de “fatores exógenos” que causam interferência no setor e que podem alterar previsões – como as ações contra a Covid-19, mudanças políticas e economi-



Fernando Grossi
Diretor-executivo Comercial e de Marketing da Sompso Seguros

cas, desemprego etc. –, Galian acredita que o segmento de pessoas terá as melhores oportunidades no mercado em 2021. Mas não só.

“Seguro residencial, empresarial, rural e transportes podem sobressair pelo aumento do agronegócio, manutenção do home office e pela retomada da produção de muitos setores que diminuíram o ritmo em 2020”, elenca o vice-presidente da HDI.

Dal Ri salienta que, no atual cenário, a Allianz percebeu que “alguns produtos terão seus desempenhos retomados e outros se destacarão no pós-pandemia, como Automóvel, Residencial, Grandes Riscos, Engenharia, Transporte e Rural.”

As estimativas do executivo são pautadas pela expectativa de retomada da economia e o retorno das atividades sociais, a partir de um ambiente que está sendo conhecido como “novo normal”, baseadas em atitudes, comportamentos e probabilidades como a preocupação das pessoas com a saúde em períodos de deslocamento,

F “O PANORAMA ECONÔMICO TRAZ UM CENÁRIO DESAFIADOR, MAS OPORTUNO PARA O DESENVOLVIMENTO DE ESTRATÉGIAS PARA DIVERSIFICAÇÃO E RENTABILIZAÇÃO DE CARTEIRAS”

privilegiando o transporte individual; a adoção em massa pelas empresas do regime de trabalho “home office”; a volta dos programas de privatizações e de concessões; o fortalecimento, com o isolamento social, de hábitos de consumo online apoiados em tecnologias, sites e dispositivos móveis; e o crescimento das safras.

Leonardo de Freitas prevê boas perspectivas para o seguro residencial, negócio que recebeu um “aquecimento” no ano passado, provocado, na sua análise, por fatores como a grande adesão das empresas ao home office, o aumento da permanência das famílias dentro das residências e as mudanças ocorridas nas rotinas dos lares em consequência da Covid-19. Esse boom no seguro residencial, segundo ele, “resulta na mudança de algumas situações de risco, envolvendo a necessidade não só de manutenção do seguro, mas também de uma cuidadosa revisão das coberturas.”

Grossi confirma que a estratégia da Sompo será “investir substancialmente” em relacionamento para fomentar negócios e parcerias em múltiplas carteiras. O executivo cita um “cenário favorável” para o seguro agrícola e se mostra otimista também para as oportunidades potenciais das carteiras de Auto, Vida e Ramos Elementares (empresarial, residencial e condomínio).

Outro segmento que merece destaque na avaliação do diretor da Fator é o seguro-garantia. Segundo ele, por conta das recentes mudanças na legislação, que trouxeram oportunidades e boas demandas em garantia judicial.

“Nos processos judiciais, empresas que não têm o dinheiro para o depósito em juízo podem substituir o valor pela apólice do seguro-garantia a qualquer momento. Isso dá liquidez para as companhias, por isso é tão relevante”, defende Bueno.

Brito também chama a atenção para os seguros de riscos de engenharia e garantia, que podem se beneficiar do setor de construção civil, “que já vem despondo com sinais claros de recuperação e retomada do ritmo de projetos”, e para as carteiras de Vida Individual, Safras, Residencial, Empresarial e Riscos Digitais.

Automóvel – O diretor da Tokio Marine acredita ainda que é fundamental considerar os novos perfis de consumidores e suas demandas cada vez mais segmentadas.

“No ramo de automóveis, por exemplo, devemos estar atentos a um condutor que busca alternativas ao transporte público diante dos riscos de saúde e que deve aquecer principalmente o segmento de carros usados”, observa o executivo.

A retomada da economia e a desaceleração da pande-



Bruno Blatt
CEO da Qualicorp

mia devem colaborar com a recuperação do seguro Auto em 2021, prevê Tricarico, com destaque para as apólices feitas por proprietários de carros usados (“principalmente os que estão sendo utilizados para transporte de passageiros por aplicativos ou mesmo entregas”), utilitários em geral, motos, caminhões de pequeno porte e veículos utilizados por caminhoneiros autônomos.

Uma oportunidade de negócio que pode ser associada ao segmento Auto é o seguro de Responsabilidade Civil (RC), assinala Bueno.

“Temos apostado bastante no seguro de Responsabilidade Civil Profissional, por ser um produto indispensável e que atende a uma gama diversificada de clientes”, pontua o executivo.

Segundo o diretor da seguradora Fator, o RC Profissional é um “campo muito fértil” para a atuação do corretor, ainda mais os que possuem uma carteira de seguros mais voltada para o varejo, como seguro de vida ou de automóvel, por exemplo.



“É INEGÁVEL QUE A PANDEMIA REFORÇOU ALGO QUE JÁ ERA UMA IMPORTANTE TENDÊNCIA: A NECESSIDADE DAS ÁREAS DE SAÚDE, INOVAÇÃO E TECNOLOGIA CAMINHAREM JUNTAS”

OTIMISMO DESAFIADOR!



“Um corretor atento faria bons negócios ao oferecer o RC ao seu cliente no momento da renovação do seguro automóvel, partindo do pressuposto de que a maioria das pessoas exerce algum tipo de profissão, mas não se dá conta dos riscos envolvidos na sua atividade”, pondera.

Proteção e Previdência – “Observamos que há uma tendência de crescimento das áreas de investimento e previdência”, aposta Solange Zaquem, diretora Comercial da seguradora SulAmérica. Segundo a executiva, tal projeção é atribuída principalmente à percepção pela seguradora de que os brasileiros estão demonstrando maior conscientização sobre assuntos de proteção financeira.

“É percebido um interesse maior por esses produtos e pela importância de proteger a própria família e seus bens diante de imprevistos, embora ainda haja uma subpenetração no país por falta de educação financeira”, analisa.

“Também acredito que pode haver, com a retomada da economia, uma busca maior por planos de acumulação (previdência) em comparação com o que percebemos em 2020”, ressalta Alfeo Marchi, diretor de Mercado da seguradora MAG.

Vida e Saúde – Marchi acredita ainda que o seguro de vida registrará um “ritmo forte de crescimento”, especialmente pelo aumento da demanda de planos de risco.

“As pessoas continuarão a buscar cada vez mais formas de planejamento financeiro pensando no próprio futuro e no de suas famílias. Manteremos um crescimento de demanda do segmento de seguro de vida no país, a exemplo do que temos observado nos últimos anos”, prevê.

A tendência de ampliar a percepção a respeito da importância do acolhimento e da saúde do cliente também é um dos pilares de atuação da Amil em 2021. Carolina Lorenzatto conta que no segundo semestre de 2020 a empresa realizou lançamentos mensais de produtos alinhados à proposta de valor de promover o “cuidado certo”. A expressão, segundo ela, significa dar acesso ao suporte de saúde mais adequado, pelo meio mais indicado, no local e na hora certa: uma “coordenação do cuidado”, por assim dizer.

“Esse modelo de produto, aliado à tendência de que o beneficiário seja cada vez mais protagonista no cuidado da própria saúde, entrega um melhor custo-efetividade, podendo ganhar cada vez mais espaço”, defende a diretora-executiva.



Emerson Bueno
Diretor Comercial da Fator Seguradora

O protagonismo dos produtos de saúde também é uma aposta da Qualicorp para 2021, reforça Bruno Blatt.

“Com a tendência de o plano de saúde ganhar ainda mais importância para a população, acredito que um novo horizonte de boas perspectivas se abriu para empresas e corretores”, avalia o CEO da empresa.

O executivo lembra que no ano passado a Qualicorp lançou 20 novos produtos no segmento coletivo por adesão e firmou parcerias inéditas com operadoras de saúde em todo o país. Segundo ele, essa estratégia permanecerá em 2021. “Seguiremos lançando novos produtos e parcerias para, cada vez mais, ofertar à população planos de saúde que atendam às suas necessidades”, confirma Blatt.

“AS FINTECHS E INSURTECHS SÃO AS GRANDES TENDÊNCIAS DOS PRÓXIMOS ANOS”

As estratégias para 2021

Num ano de retomadas, recomeços, oportunidades e expansão, as seguradoras já iniciaram 2021 prontas para reconquistar os espaços no mercado.

A seguradora HDI, por exemplo, estará empenhada na diversificação de seus produtos e serviços, afirma o vice-presidente Técnico, Mauricio Galian.

“Queremos crescer ainda mais o *market share*, mantendo nossa tradicional atuação na carteira Auto, segmento que ocupamos a 5ª posição de mercado, e fortalecer nossa presença nas carteiras Empresarial e Residencial, ramos que no último ano ocupamos a 4ª e 6ª posições, respectivamente. Enxergamos um grande potencial nessas carteiras para 2021, período em que o lar e o local de trabalho estarão ainda muito próximos”, destaca.

Galian revela que a HDI já se posiciona estrategicamente para crescer em Transporte, Riscos Diversos e, principalmente, na carteira de Vida.

“Lançamos recentemente nosso primeiro produto em parceria com a Icatu – o HDI Vida PME – que, com certeza, também será prioridade para a companhia, que atualmente já conta com mais de 26 mil vidas seguradas, atestando o sucesso do negócio”, ressalta.

Já o diretor da Organização de Vendas da Bradesco Seguros, Leonardo de Freitas, diz que a empresa intensificará, em 2021, o movimento pela “cultura da proteção”, com o objetivo de avançar nas estratégias de levar o seguro a cada vez mais pessoas e empresas em todo o país.

“Continuaremos atentos às movimentações do mercado e no redirecionamento do foco para a cobertura de novos riscos, flexibilização de prazos, contratação ágil e uma corretagem mais eficiente e intuitiva”, garante.

A estratégia da Suhai para 2021 é a de se consolidar em segmentos nos quais a seguradora já é protagonista, afirma Robson Tricarico, diretor Comercial da empresa.

“Em motos, já somos líderes em todo Brasil, com mais de 30% de *market share*, e assim continuaremos focados, buscando nosso crescimento, oferecendo uma aceitação ampla para qualquer



Mauricio Galian
Vice-presidente Técnico da HDI Seguros

marca, ano, modelo ou perfil de utilização, além, é claro, de preços competitivos em todas as regiões”, frisa.

Já para carros com mais de dez anos de uso, utilitários em geral e caminhões usados, a Suhai oferecerá para os seus clientes produtos com coberturas reduzidas e preços atrativos, valorizando a relação custo x benefício. “A Suhai é a única seguradora que não possui restrição de aceitação por marca, ano, modelo ou perfil de utilização, de qualquer veículo, em todo Brasil, uma grande oportunidade para que corretores não percam negócios”, reitera.

Na Sompó, apesar de ser reconhecida como uma companhia multiproduto, a seguradora ado-



“2021 SERÁ UM ANO DESAFIADOR, PORÉM ACREDITO QUE O MOMENTO É DE OPORTUNIDADES E DE EXPANSÃO PARA TODOS”

OTIMISMO DESAFIADOR!



tará estratégias diversificadas para a ampliação de cada carteira.

“Incrementamos as ofertas de produtos, serviços e outras facilidades que vêm dinamizando as oportunidades de negócios em produtos como Sampo Vida Individual e Coletivos, Sampo Auto e os produtos de Ramos Elementares Massificados, como o Sampo Empresarial, Residencial e Condomínio”, detalha Fernando Grossi, diretor-executivo Comercial e de Marketing da seguradora.

Além da tecnologia, as estratégias da Tokio Marine em 2021 passam pela capacitação e diversificação de portfólio.

Sergio Carvalhaes de Brito, diretor Comercial Varejo RJ/ES da seguradora, diz que a Tokio Marine seguirá com a ampliação das suas atividades no interior dos estados do Rio de Janeiro e Espírito Santo, “onde há uma boa janela de oportunidades”, intensificando a rotina de treinamentos e a capacitação dos corretores de seguro parceiros nessas regiões.

“Em parceria com os corretores, que acompanham de perto o dia a dia de cada um dos clientes e suas mudanças de comportamento, a ideia é desenvolver uma série de soluções ao longo do ano para atender novos nichos e necessidades dos consumidores”, detalha.

Valorizar ainda mais a parceria com os corretores também é uma das estratégias da Qualicorp em 2021, por meio de uma “expansão orgânica”. Com o apoio de mais de 40 mil corretores e parceria com cerca de 90 operadoras de saúde e 600 entidades de classe, a empresa, diz o CEO Bruno Blatt, almeja o crescimento da força de vendas e a ampliação do portfólio de produtos.

A estratégia da Qualicorp para a ampliação das vendas em parceria com os corretores de seguros passa pela criação de novos produtos de saúde, mais customizados e acessíveis para a população de diferentes regiões brasileiras, e pelo lançamento do “Tamo Junto”, novo programa de relacionamento com os corretores, e da Qualiplay, primeira rádio digital com funcionamento 24 horas por dia com foco no profissional de vendas. A empresa prevê ainda para esse ano a inauguração do “Espaço do Corretor”, um *hub* de networking, no centro da cidade de São Paulo.

“Estamos nos aproximando cada vez mais do corretor, trabalhando no desenvolvimento de no-



Carolina Lorenzatto

Diretora-executiva de Growth e Produtos da Amil

vos produtos e reforçando nossa política de regionalização. Queremos, cada vez mais, continuar valorizando e estreitando o relacionamento com nosso principal parceiro”, elogia.

A pandemia não mudou a estratégia de negócios da Amil de ampliar o acesso à saúde suplementar, frisa Carolina Lorenzatto, diretora-executiva de Growth e Produtos da empresa.

“Além de atrair novos clientes, a qualidade de atendimento aos nossos clientes atuais e a segurança de nossos colaboradores, continuarão sendo prioritárias. A rede assistencial, a telemedicina Amil e o programa de saúde mental continuarão recebendo investimentos contínuos”, ressalta.

Em 2021, a SulAmérica seguirá cuidando de

“ALÉM DE ATRAIR NOVOS CLIENTES, A QUALIDADE DE ATENDIMENTO AOS NOSSOS CLIENTES ATUAIS E A SEGURANÇA DE NOSSOS COLABORADORES, CONTINUARÃO SENDO PRIORITÁRIAS”

peçoas, de maneira ainda mais integrada, garante Solange Zaquem, diretora Comercial da seguradora.

“A nossa estratégia está totalmente voltada ao conceito de Saúde Integral – física, emocional e financeira –, de forma a oferecer para os nossos clientes a tranquilidade para que vivam o presente e o futuro da maneira como acharem melhor”, explica.

A executiva destaca ainda que a SulAmérica continuará a investir no aprimoramento de seus principais parceiros comerciais – “os corretores de seguros” –, por meio da oferta de cursos que ajudem esses profissionais a assimilar inovações de processos, novos produtos, tecnologias e a atuar com assertividade nas mídias sociais.

Como exemplo, Solange Zaquem cita a escola de negócios “Pra Saber”, criada pela SulAmérica com o objetivo de oferecer cursos e treinamentos online, totalmente gratuitos, que disponibiliza opções variadas para o desenvolvimento de habilidades e de negócios, com foco em empreendedorismo.

Alfeo Marchi, diretor de Mercado da MAG Seguros, destaca que a seguradora “seguirá firme, apostando em inovação e tecnologia para contribuir com o dia a dia dos seus parceiros de negócio.”

O executivo frisa que a ferramenta de venda digital já é uma realidade na companhia desde 2017 e foi fundamental para a manutenção e continuidade dos negócios dos profissionais do mercado de seguros durante a pandemia.

Os planos da MAG também incluem a consolidação do Portal de Seguros Coletivos, lançado em 2020, que traz uma série de funcionalidades e serviços para a melhor gestão desse tipo de produto.

“Também manteremos o forte ritmo de lançamento de soluções de seguro de vida – tanto individual quanto em grupo – para atender as demandas da população e do mercado, o que contribuirá com a geração de cada vez mais oportunidades de negócios”, enfatiza.

Já a seguradora Fator concentrará as suas estratégias no aprimoramento da sua plataforma de distribuição de seguros e na inclusão de diversas linhas de produtos, todos desenhados para serem comercializados exclusivamente de forma digital.

Emerson Bueno, diretor Comercial da Fator, ressalta que a seguradora triplicou os investimen-



Eduardo Dal Ri
Diretor-executivo Comercial da Allianz

tos em tecnologia para torná-la capaz de desenvolver sistemas próprios, com equipe 100% dedicada aos projetos da empresa.

“O cliente de hoje é muito mais antenado, informado e conhecedor de seus direitos. O nosso desafio é cativá-lo de todas as maneiras, sendo uma delas a possibilidade de customizar produtos, serviços e processos, preferencialmente de forma rápida, segura, eficiente e com o melhor preço”, reitera.

Em outra frente de atuação, Bueno revela ainda que a Fator também irá investir em novas formas de comunicação com seus públicos e parceiros. Ele revela que essa estratégia passa pela ampliação da interação com corretores de seguros – por

F
“AS DISRUPÇÕES, SOBRETUDO AQUELAS LIGADAS À TRANSFORMAÇÃO DIGITAL DO SETOR, REFLETIRÃO NÃO APENAS EM 2021, MAS TAMBÉM NOS PRÓXIMOS ANOS”

OTIMISMO DESAFIADOR!



meio de investimentos para o desenvolvimento de um portal de relacionamento com esses profissionais – e com clientes, segurados e potenciais interessados nos produtos e serviços da seguradora por meio do site e das mídias sociais, os canais de informação da companhia.

“Estaremos em múltiplas plataformas porque entendemos que a comunicação com o cliente tem que acontecer onde e quando o segurado quiser”, afirma.

Para 2021, a Allianz irá valorizar ainda mais a sua presença online e as plataformas digitais como ferramentas para comunicação e relacionamento entre corretores e segurados.

“O ambiente virtual também encurta distâncias e otimiza o tempo, fazendo com que os parceiros de negócios consigam fazer mais contatos e prospectar novos clientes”, enfatiza Eduardo Dal Ri, diretor-executivo Comercial da seguradora.

A estratégia da Allianz será oferecer ao cliente produtos mais flexíveis e abrangentes e de acordo com o seu perfil. Segundo Dal Ri, a oferta consistirá em produtos com perfis básico, completo e premium.

“Os segurados e parceiros de negócios terão à disposição produtos adequados às necessidades, com preços assertivos, processos simples e flexíveis, rapidez na emissão e serviços completos em todos os planos de assistência, uma experiência ainda mais fluida durante toda a vigência do seguro e a segurança da marca Allianz”, garante Dal Ri.



Robson Tricarico
Diretor Comercial da Suhai Seguradora



“A RETOMADA DA ECONOMIA E A DESACELERAÇÃO DA PANDEMIA DEVEM COLABORAR COM A RECUPERAÇÃO DO SEGURO AUTO EM 2021”

Novos produtos e coberturas

Tal qual nos anos recentes, a seguradora Sampo pretende investir não apenas em novos produtos, mas também em serviços e funcionalidades que facilitem o acesso e o relacionamento com corretores e segurados. As novidades da Sampo passam pela ampliação no seguro-condomínio das coberturas adicionais de vendaval, furacão, ciclone, tornado, grando, impacto e guarda de veículos (incêndio e roubo ou incêndio, roubo e colisão); o lançamento de portais da Sampo Saúde e de novos cotadores para o Sampo Vida; e a disponibilização de serviços como o Sampo Car Delivery

– que leva o veículo da oficina até o endereço do segurado – e o Documento Expresso, para retirada de documentos no endereço do segurado. “Essas facilidades aumentam a percepção do segurado do valor agregado ao seguro por meio do serviço prestado”, explica Fernando Grossi, diretor-executivo Comercial e de Marketing da seguradora.

O diretor Comercial da seguradora Suhai, Robson Tricarico, explica que a empresa possui atualmente um formato de produto modular, ou seja, o cliente pode contratar o seguro de furto e roubo com assistência 24h, com op-

ção de contratação da cobertura de perda total por colisão e outros danos em todo Brasil.

“Para 2021, iremos expandir a opção de uma nova cobertura, a de terceiros e, desta forma, atenderemos as necessidades dos perfis de nossos clientes”, garante o executivo.

Tricarico diz ainda que a intenção também é atrair a grande maioria dos proprietários de motos (98%), carros (70%) e caminhões (85%) que ainda estão fora dos negócios do setor no Brasil e contribuir “de forma significativa para que esses perfis de clientes incrementem as estatísticas formais do mercado, evitando de serem atraídos pelo seguro pirata.”

A oferta de produtos para proprietários ou condutores de motocicletas também faz parte das ações da Tokio Marine, diz Sergio Carvalhaes de Brito, diretor Comercial Varejo RJ/ES da seguradora.

Na sua avaliação, 2020 foi um ano que trouxe muitas mudanças nos hábitos das pessoas e na percepção que elas têm de risco. Neste sentido, acredita o executivo, produtos que se adequem a essas novas tendências terão grande apelo ao longo de 2021.

“Um lançamento do último ano que eu posso citar como um indicativo dessa mudança é a boa receptividade que tivemos com o seguro para motos, que atende a uma busca dos consumidores por alternativas de mobilidade mais eficientes e baratas”, destaca. Ele se mostra otimista também com as perspectivas para os produtos voltados para pequenas e médias empresas e a comercialização do Vida Individual em complemento à previdência privada.

Desde janeiro, a seguradora MAG vem realizando uma série de lançamentos de produtos, como o Diária por Incapacidade Temporária (DIT). “Contamos com quatro módulos deste tipo de produto em versões com franquias de 7 e 10 dias”, explica Alfeo Marchi, diretor de Mercado da empresa. “Além disso, desenvolvemos o DIT Médicos, exclusivo para este profissional, também em quatro módulos, e com idade de aceitação até os 70 anos de idade”, complementa.

Outro ponto importante, destaca Marchi, é a expansão do portfólio de seguros coletivos da MAG, “que está ainda mais competitivo e



Solange Zaquem
Diretora Comercial da SulAmérica Seguros

conta com mais de 20 soluções de coberturas.”

“Ainda para 2021, estão previstas uma série de novidades relacionadas a novas coberturas, como um portfólio voltado para o produtor rural e iniciativas de seguro *on demand*”, anuncia o executivo da MAG.

Na SulAmérica, a diretora Comercial Solange Zaquem diz que a seguradora já tem montada uma agenda de lançamentos, que oferecerá ao mercado produtos diferenciados, com a visão e a expertise da empresa.

“São fundos de investimento focados em diferentes perfis e, claro, em Saúde Integral, e que estão sendo implementados agora neste início de ano”, adianta.

“OBSERVAMOS QUE HÁ UMA TENDÊNCIA DE CRESCIMENTO DAS ÁREAS DE INVESTIMENTO E PREVIDÊNCIA”

OTIMISMO DESAFIADOR!



A Amil aposta em planos e produtos como o Fácil S40, que oferecem serviços de telemedicina e cobertura em hospitais da rede própria com certificação Joint Commission ou ONA, além de urgência e emergência nacional.

“No momento atual, de arrefecimento econômico, certamente se destacarão produtos que reúnem preços acessíveis, rede credenciada qualificada e tecnologias que permitam acesso, segurança e qualidade no atendimento”, analisa Carolina Lorenzatto, diretora-executiva de Growth e Produtos da empresa.

Leonardo de Freitas, diretor da Organização de Vendas da seguradora Bradesco, avalia que o segmento de Vida deve se beneficiar da conscientização dos brasileiros sobre a importância de decisões que visam a proteção pessoal e familiar. “Os produtos de Vida tiveram crescimento em 2020 e têm um potencial imenso de penetração nos próximos anos, sendo um ótimo recurso em casos de doenças graves, despesas médicas e hospitalares”, acentua.

O executivo também indica a previdência privada como um produto que deve se destacar nos próximos meses, “sobretudo, para os clientes que querem entrar para o mundo dos investimentos ou desejam ter uma longevidade financeira.”

Na Qualicorp, o CEO Bruno Blatt diz que a empresa continuará a oferecer planos de saúde com benefícios que contribuam para que o cliente possa cuidar de sua saúde de forma geral e, principalmente, “que caibam no bolso” frente aos reajustes anuais e por faixa etária.

“Oferecer benefícios junto com o plano de saúde é uma tendência importante, que faz o usuário valorizar ainda mais o seu plano de saúde. Por exemplo, contratar um plano de saúde que ofereça subsídio para a compra de medicamentos ou contratar o benefício saúde e ter à disposição também o plano odontológico”, assinala.

Já Eduardo Dal Ri, diretor-executivo Comercial da seguradora Allianz, conta que a empresa está oferecendo uma série de novidades em produtos recentemente lançados. Na empresa, os destaques são os seguros Auto (RCF sem a cobertura para casco e



Alfeo Marchi
Diretor de Mercado da MAG Seguros

aceitação para veículos com até 20 anos; três opções de franquia, de assistência 24 horas e de guincho; carro reserva opcional e oficina escolhida pelo segurado; serviço “Motorista amigo”; e aceitação de usos comerciais para táxis, locadoras e motoristas de aplicativo); Residencial (produtos compactos; coberturas com indenização pelo “Valor de Novo” e de roubo de bens fora do local de risco); Assistência 24h (planos Essencial e VIP, com oito e 74 serviços, respectivamente); Condomínio (novo produto digital, com ofertas Básicas – Simples e Ampla); e Empresarial PME (novo produto digital, com coberturas amplas para diversos eventos e cláusula “Valor de Novo”).

F “TAMBÉM ACREDITO QUE PODE HAVER, COM A RETOMADA DA ECONOMIA, UMA BUSCA MAIOR POR PLANOS DE ACUMULAÇÃO (PREVIDÊNCIA) EM COMPARAÇÃO COM O QUE PERCEBEMOS EM 2020”

Profissional de seguros será destaque

“Em 2021, o destaque não será nem a organização, nem o produto; será efetivamente o profissional”. É o que afirma o mentor e CEO da Universidade ACONSEG, Wagner Attina. Ele adianta à Revista da ACONSEG-RJ que o plano de negócios da universidade “vem recheado de grandes novidades”, este ano, para a capacitação dos profissionais do setor.

“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.

O planejamento da Universidade ACONSEG para 2021 inclui a oferta de cursos de Marketing Digital, Business Intelligence, criação de sites e de planilhas Excel e utilização de e-mails, além de capacitação comercial nas áreas de vendas, pós-venda e programação neurolinguística.

Para Attina, o mercado de seguros já havia sinalizado em 2020 a necessidade de profissionais dominarem a área tecnológica com desenvoltura em várias ferramentas, constatação que motivou a Universidade ACONSEG a reforçar a oferta de cursos com linha de capacitação tecnológica e digital.

Outra área em que a universidade irá reforçar a sua oferta de capacitação é a comunicação escrita. Attina diz que o aprimoramento da língua portuguesa é um “gap profissional” que já havia sido identificado anteriormente pela universidade com a oferta do curso de português comercial.

“O desenvolvimento de negócios passa pela escrita, seja pela utilização de e-mails ou de aplicativos como o WhatsApp. Acreditamos que é de extrema importância que profissionais de todas as áreas aprimorem os seus

Wagner Attina,
CEO da
Universidade
ACONSEG-RJ



conhecimentos sobre a língua materna”, analisa o mentor e CEO da Universidade ACONSEG.

Na opinião de Attina, considerando o atual momento de pandemia, produtos de seguros que possam ser entregues de forma virtual ao cliente tendem a ocupar um espaço muito maior no mercado. Mas isso não significa, na sua opinião, que esses produtos vendam por si sós. “É necessário que as empresas do mercado de seguros mantenham a sua mão de obra capacitada, com profissionais qualificados para oferecer suporte e consolidação à venda do produto. Uma venda bem elaborada evita que ocorram sucessivos cancelamentos”, avalia.

O mentor e CEO da Universidade ACONSEG sugere que seguradoras, corretoras e demais atores do mercado de seguros façam um planejamento estratégico com foco na distribuição (logística) e atendimento ao cliente.

“Nós da Universidade ACONSEG estamos prontos para atender a demanda das empresas do setor de seguros brasileiro em relação a treinamento e desenvolvimento humano, de forma a potencializar os seus negócios para o alcance dos melhores resultados”, ressalta.



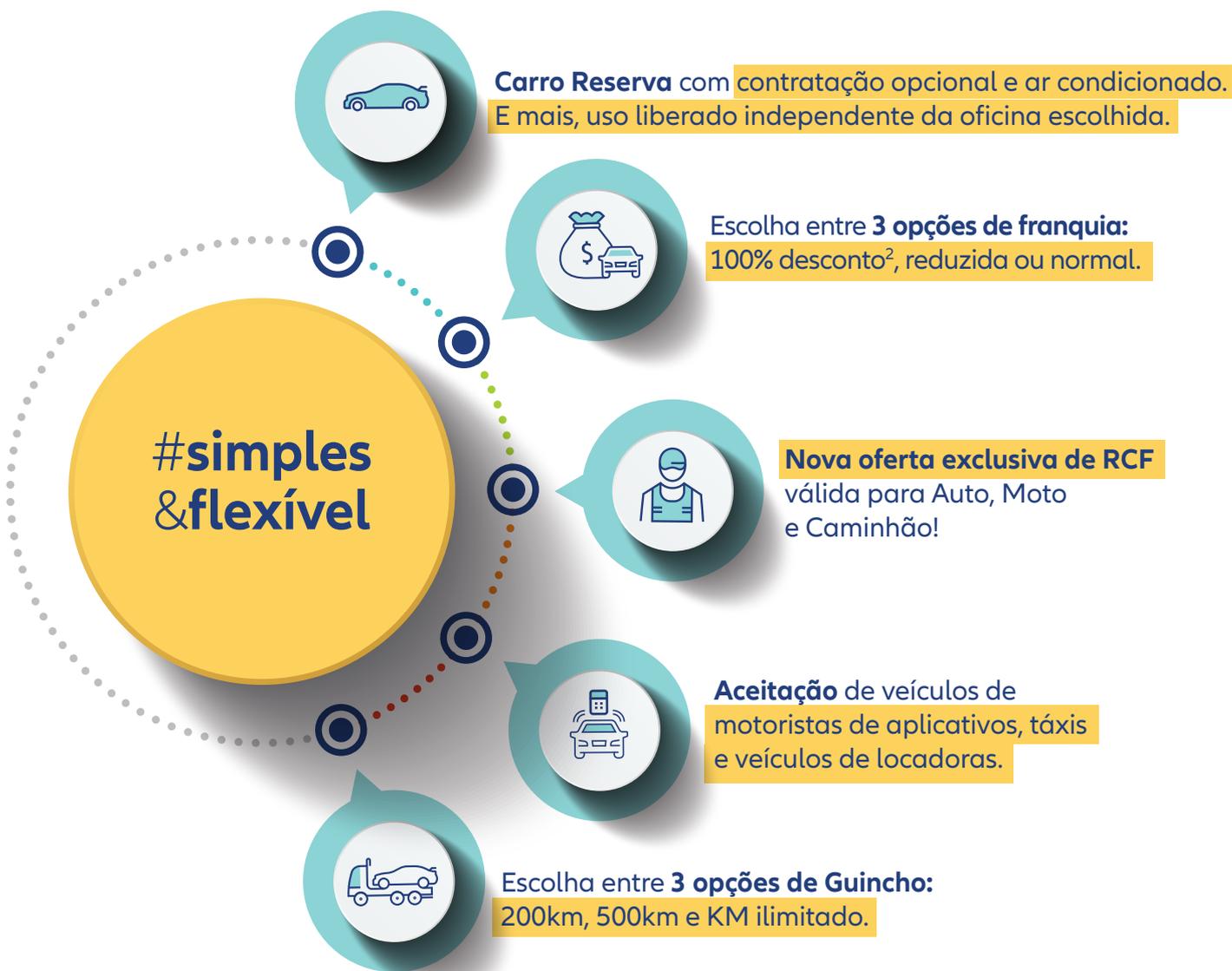
“É NECESSÁRIO QUE AS EMPRESAS DO MERCADO DE SEGUROS MANTENHAM A SUA MÃO DE OBRA CAPACITADA, COM PROFISSIONAIS QUALIFICADOS PARA OFERECER SUPORTE E CONSOLIDAÇÃO À VENDA DO PRODUTO”



UM ALLIANZ AUTO
COM TUDO NOVO¹
E TODO SEU

Vamos juntos?

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



Acesse o AllianzNet e cote agora!

f @ 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 está mais condicionado a escolha da rede referenciada específica, 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

ANO MAIS
PRÓSPERO PARA

O MERCADO DE SEGUROS

Com a manutenção de novas tecnologias, o investimento em qualificação profissional e a união das assessorias, 2021 será muito melhor, na visão de Joffre Nolasco, presidente da Aconseg-RJ



“Vamos planejar em nossas reuniões da Aconseg-RJ a melhor forma de atuação, respeitando a individualidade de cada uma das assessorias”.

Joffre Nolasco, presidente da Aconseg-RJ



Por causa da pandemia da Covid-19, o ano de 2020 foi de muita instabilidade e adaptações, mas também foi um grande impulsionador de tendências, como a incorporação da digitalização e da Tecnologia da Informação no processo de trabalho. As empresas precisaram se ajustar para manter a atividade comercial, inclusive o setor de seguros.

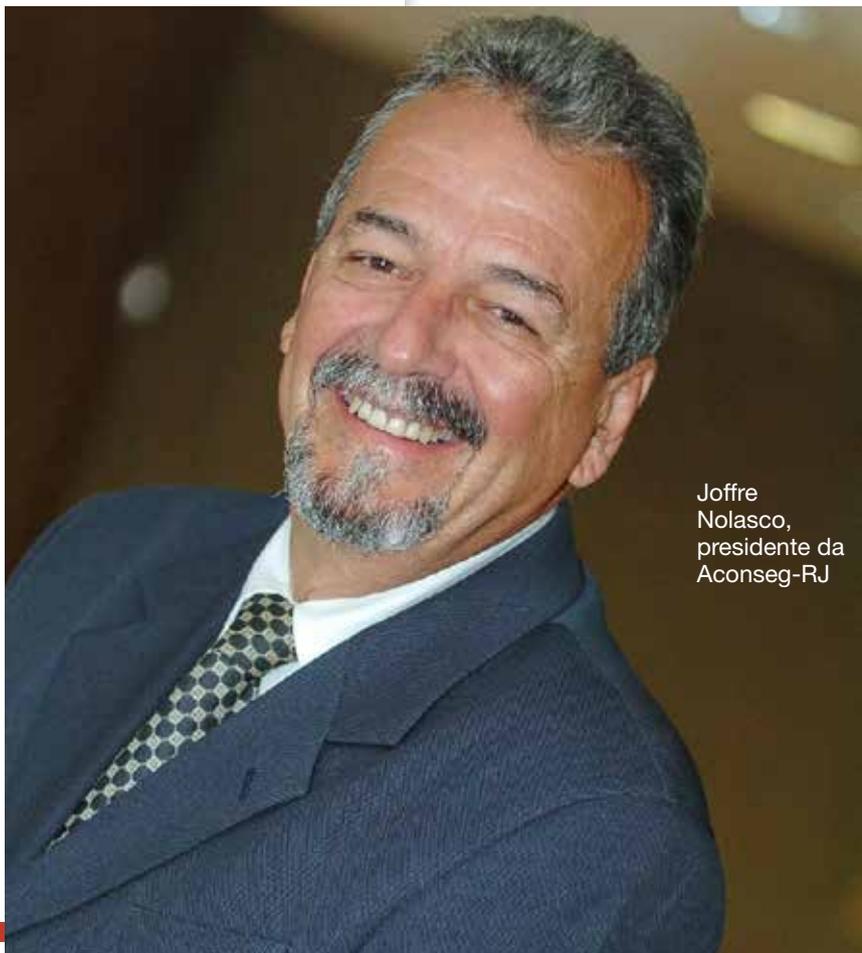
A Aconseg-RJ aponta quatro principais atitudes para o sucesso de seus associados: a experiência dos gestores, os investimentos em novas tecnologias, equipes comprometidas e preparadas, e a

proximidade com a grade de corretores. E, para 2021, seu presidente acredita que as companhias se sairão muito melhor.

“As empresas associadas da Aconseg-RJ mostraram preparo e deram continuidade ao atendimento aos serviços e demandas durante o ano passado. Elas se adaptaram e se fortaleceram para reagirem de forma positiva e rápida às adversidades impostas pelo coronavírus. Em 2021, é preciso manter todos os novos incrementos incorporados. E, com certeza, seremos muito melhores nesse ano em que a vacinação renova as esperanças e nos trará mais segurança”, diz Joffre Nolasco

A Aconseg-RJ prevê para este ano a união de todas as nossas associadas, buscando melhores performances junto às seguradoras parceiras, entendendo suas estratégias. “Vamos planejar em nossas reuniões da Aconseg-RJ a melhor forma de atuação, respeitando a individualidade de cada uma das assessorias”, destaca o presidente.

De acordo com Joffre, a tecnologia é parte fundamental na evolução do negócio e não há mais espaço fora dela. Por isso, a qualificação é tão importante para as empresas que querem se manter no topo. E firme em uma de suas missões que é incentivar, por meio de cursos, palestras e debates, a formação profissional e funcional das estruturas das associadas, a Aconseg-RJ vai ampliar investimentos na Universidade Aconseg-RJ, com o oferecimento de mais cursos na formatação online; agregar novos associados (multimarcas e/ou unimarcas). Além de empenhar esforços para aproximar cada vez mais as Aconsegs a fim de, juntas, buscarem o desenvolvimento das assessorias.



Joffre Nolasco, presidente da Aconseg-RJ



“Estamos empenhados em abrir novas frentes de conhecimento, além de reforçar as já em curso, de forma a capacitar cada vez mais e melhor os profissionais do mercado, para os desafios trazidos pela pandemia e pelas inovações tecnológicas”



Luiz Philipe Baeta Neves, reitor da Universidade ACONSEG

Suporte para vencer os novos desafios

Aliando conhecimento técnico e senso crítico, a Universidade ACONSEG foi suporte importante em 2020 para que empresas do setor transformassem um ambiente negocial adverso em uma oportunidade de negócios. Em 2021, em consonância à tendência de mercado, vai investir na área de tecnologia

O ano de 2020 exigiu que as empresas se adequassem ao formato de trabalho imposto pela pandemia, implementando o home office e o investimento na digitalização e na tecnologia da informação. Neste contexto, a Universidade Corporativa Aconsej-RJ se destacou no suporte às corretoras, assessorias e seguradoras. Além de transmitir informações técnicas, a instituição acadêmica tem o intuito de desenvolver senso crítico, pensamento autônomo e o raciocínio lógico tão importantes no contexto negocial. Em 2021, dará mais destaque aos cursos da área tecnológica conforme a tendência mercadológica.

“No cenário instável de pandemia, um pensamento crítico aliado ao conhecimento técnico foi e é fundamental para encontrar as melhores soluções para o negócio. Assim, nós, Universidade ACONSEG, com muita propriedade, fomentamos um ambiente capacitante e colaborativo que permite a busca de novos caminhos negociais. Então, as corretoras de seguros, as seguradoras e as assessorias de seguros que nos buscaram obtiveram o desenvolvimento necessário para transformar um ambiente negocial adverso em uma grande



Luiz Philipe Baeta Neves, reitor da Universidade ACONSEG

oportunidade de fazer negócios”, destaca o professor-mestre Wagner Attina, CEO da Universidade ACONSEG.

Para este ano, o plano de negócios da Universidade ACONSEG é avançar com cursos nas áreas administrativa, comercial e, especificamente, com grande ênfase, na área tecnológica, como Marketing Digital, Business Intelligence, criação de sites, Excel, utilização de e-mails e muitas outras.

“O início desta década evidenciou a necessidade de um domínio mais aprofundado na área tecnológica. O contexto atual do mundo dos negócios implica diretamente no domínio e desenvolvimento da área de

marketing digital e logística. O mercado demanda conhecimento para conseguir viabilizar e aumentar a produtividade dos profissionais e a produção das organizações. O empreendedor que não buscar especialização para os seus colaboradores cometerá um erro crasso ao entender que, de alguma forma, seus negócios voltarão a ser realizados como eram antes. Vamos, com apoio de nosso reitor da Universidade Aconsej, Luiz Philipe Baeta Neves, e, do presidente da Aconsej-RJ, Joffre Nolasco, produzir mais cursos que sejam de interesse do setor, dando ênfase à área de Marketing Digital”, anuncia Attina.



MAURICIO GALIAN ASSUME VICE-PRESIDÊNCIA DA HDI SEGUROS

O executivo Mauricio Galian, que já respondia pela área de Produtos e Resseguros*, assumiu a vice-presidência da HDI Seguros em janeiro, em substituição a Fábio Leme, passando a acumular as duas funções.

Segundo Galian, a vice-presidência volta a centralizar as atividades técnicas e de sinistros e terá a importante responsabilidade de continuar os caminhos iniciados de diversificação, inovação e adequação dos nossos produtos para nova realidade do setor de seguros.

A estratégia da HDI para 2021 segue o ritmo já dado de diversificação da companhia, que sempre teve tradição em automóvel. Nos últimos anos, a seguradora ingressou em residencial e empresarial. “Agora é reforçar a diversificação com serviços e produtos nos segmentos vida, transporte, máquinas e também se preparar para entrar em agronegócio em 2022”, conta o executivo.

SULAMÉRICA COM NOVAS LIDERANÇAS

Ricardo Bottas, diretor vice-presidente de Controle e Relações com Investidores da SulAmérica, assumirá a presidência da SulAmérica a partir de 30 de março, sucedendo a Gabriel Portella, que, em meados de janeiro, anunciou sua decisão de não renovar seu mandato como diretor-presidente da SulAmérica, a expirar em 29 de março.

“A estratégia da companhia, baseada no pilar de Saúde Integral, busca ampliar cada vez mais a qualidade de nossos produtos e serviços para nossos clientes, direciona a aceleração do desenvolvimento orgânico e inorgânico da Companhia, o acesso a novos mercados e à estrutura de capital necessária

para suportar essa estratégia de crescimento”, afirma Ricardo Bottas.

A SulAmérica também tem nova liderança na área de Marketing. Trata-se de Simone Cesena, que chega para conectar toda a estratégia de comunicação do novo posicionamento Saúde integral, que coloca as saúdes física, emocional e financeira de mãos dadas para uma vida plena no presente e no futuro. A executiva terá também a missão de fortalecer a comunicação digital, a performance e o CRM.

Zeca Vieira, que liderava a área na companhia, apoiará a SulAmérica como consultor em projetos especiais.



Simone Cesena,
diretora de Marketing

Ricardo Bottas,
presidente da SulAmérica

Você está preparado
para conversar
sobre o futuro
com os seus clientes?

Rodrigo Santoro
45 anos

Rodrigo Santoro
75 anos

A SulAmérica está. Evoluímos juntos para oferecer **Saúde Integral em todos os momentos.**

A SulAmérica está pronta para ajudar você a cuidar da saúde física, emocional e financeira dos seus clientes, com planos de saúde, odontológicos, de previdência, seguros de vida e plataforma de investimentos. **Isso é Saúde Integral. Para você e os seus clientes viverem melhor, por inteiro.**



Para saber mais, acesse
sulamericasaudeintegral.com.br
ou o código ao lado.

SulAmérica

125 ANOS

ANS - Nº 416922

ANS - Nº 006246

dentsumb.

REVITALIZAÇÃO DO RIO TRAZ OPORTUNIDADES

O pacote de mudanças anunciado recentemente pela Prefeitura do Rio de Janeiro para dar ao Centro do Rio ares de bairro residencial descortina um horizonte de oportunidades, também, para o mercado de seguros, principalmente no tocante ao seguro de construção, residencial, de responsabilidade civil, de acidentes pessoais, dentre outros.

Historicamente, o Centro do Rio sempre foi uma área comercial, mas foi esvaziado pela crise econômica e pela pandemia. Por meio de mudanças urbanís-

ticas (reformular casas e prédios e construir unidades novas) e tributárias, o governo municipal espera criar condições para atrair moradias.

Levantamento do Sindicato da Indústria da Construção (Sinduscom) e da Associação de Dirigentes de Empresas do Mercado Imobiliário (Ademi) mostra que, em meados de 2020, no auge da pandemia de Covid-19, cerca de 13 mil imóveis estavam fechados em toda a região do Centro. Em 2018, o número era bem menor: oito mil unidades.

— Há uma oferta de imóveis bem localizados, mas que não atendem mais às exigências criadas pelas novas tecnologias. Geralmente, sai mais em conta construir um prédio novo, que seja mais econômico em termos de consumo de energia e preparado para receber cabos de fibras óticas do que recuperar um imóvel antigo. Ao mesmo tempo, faltam estímulos para converter imóveis desativados para uso residencial — avalia o presidente da Ademi, Cláudio Hermolin.

ALLIANZ OFICIALIZA PARCERIA OLÍMPICA E PARALÍMPICA DE 8 ANOS

A Allianz iniciou oficialmente, no início do ano, sua parceria mundial de oito anos (2021 a 2028) com o Movimento Olímpico, com base em sua colaboração com o Movimento Paraolímpico, que já ocorre desde 2006. Desde o anúncio da parceria, em setembro de 2018, a seguradora envolveu torcedores, atletas, equipes e funcionários por meio da promoção à saúde em quatro mercados-piloto – Austrália, China, França e Espanha

“A Allianz tem orgulho em ser a Seguradora Parceira Mundial dos Movimentos Olímpico e Paralímpico,” disse Oliver Bäte, CEO do Grupo

Entre outras iniciativas, a seguradora oferecerá aos clientes e colaboradores a chance de participar do Revezamento da Tocha Olímpica, em Pequim 2022, e envolverá os jovens com o espírito e os valores dos Movimentos



Olímpico e Paralímpico por meio de esportes experimentais e relacionamento com atletas em seus Allianz Sports Camps. Além disso, apoiará os Movimentos Olímpico e Paralímpico com soluções e serviços de seguros personalizados.

“Os Movimentos Olímpico e

Paralímpico representam uma das ideias mais universais da história, porque unir as pessoas por meio de valores compartilhados é o cerne de sua mensagem. E agora, a Allianz faz parte dessa história”, comentou Eduard Folch, presidente da Allianz Brasil.

MAG SEGUROS LANÇA O GALO DE OURO 2021

A campanha é voltada para funcionários e corretores parceiros da companhia e foi lançada oficialmente em meados de fevereiro, durante um programa especial exibido pelo YouTube. Os participantes concorrem ao famoso troféu e a uma viagem com acompanhante para um dos destinos mais incríveis do planeta: a Tailândia.

Para se cadastrar, basta solicitar pelo e-mail sejaparceiro@mag.com.br. O lançamento do Galo de Ouro 2021 pode ser conferido pelo link www.youtube.com/watch?v=zg1N0GWonqU&feature=youtu.be

“Eu garanto aos que ainda não conquistaram o Galo de Ouro que vale a pena”, disse Osmar Navarini, diretor Comercial da MAG Seguros.



QUALICORP AMPLIA CULTURA DE DIVERSIDADE E INCLUSÃO



Embora as mulheres já respondam por 70% do total dos colaboradores, a Qualicorp abriu processo seletivo exclusivo para elas e contratou duas gestantes para a alta liderança. Com a chegada das novas executivas, as mulheres passaram a ocupar 55% dos cargos de comando na empresa, que inclui postos de supervisão, coordenação, gerência, superintendência e diretoria.

Outra medida é a inclusão de PCD (pessoas com deficiência) em todos os processos seletivos, o que levou a empresa a contratar, em 2020, 58 novos colaboradores. “Queremos aumentar esse número, estamos só no começo”,

diz a recém-chegada diretora de Pessoas & Cultura, Flávia Bosso-lani Pontes, uma das contratadas no processo seletivo exclusivo para mulheres.

As novidades fazem parte do programa Quali Plural, lançado no semestre passado, para reforçar e ampliar a cultura de diversidade e inclusão na empresa.

Mesmo durante a pandemia, a empresa aderiu ao movimento “Não demita” e contratou quase 800 novos funcionários, chamados de Qualis, o que leva a companhia à marca de mais de 2.300 colaboradores. Desse total, negros e pardos respondem por 30%, enquanto o público autodeclarado LGBTQIA+ chega a 3%.

BRDESCO SEGUROS EM NÚMEROS NO ANO DE 2020

O Grupo Bradesco Seguros fechou 2020 com lucro líquido de R\$ 5,1 bilhões e faturamento de R\$ 73,7 bilhões, registrando recuos de, respectivamente, 31,3% e 5,1% em relação aos resultados obtidos em 2019. O desempenho foi impactado, principalmente, pelo comportamento dos índices econômico-financeiros, que influenciou o resultado financeiro e a atualização das provisões técnicas, e pelo aumento do índice de sinistralidade, fruto da retomada gradual da demanda por procedimentos eletivos que estava reprimida

em razão do distanciamento social decorrente da pandemia de Covid-19. O faturamento atingiu R\$ 73,7 bilhões, acusando recuo de 5,1% ante o registrado em 2019.

As provisões técnicas do Grupo cresceram 3,6%, para R\$ 285 bilhões, e os ativos garantidores dessas provisões evoluíram 4,2%, chegando a R\$ 320 bilhões.

O valor pago em indenizações e benefícios atingiu R\$ 33 bilhões, correspondente a uma média diária de cerca de R\$ 130 milhões, mantendo estabilidade com relação ao montante registrado em 2019.



SETOR AUTOMOTIVO: PERSPECTIVAS ANIMADORAS

A boa notícia vem da Anfa-vea: o crescimento do volume de vendas de caminhões neste ano deverá ser de 13%, alcançando volume total de 103 mil unidades comercializadas no período, o que impactará positivamente os mercados ligados às atividades de transporte.

A previsão otimista se escora no aumento vertiginoso do e-commerce e, também, do agonegocio, cujas logísticas estão demandando frotas mais jovens. A média atual dos veículos que

circulam no país é de 11,6 anos.

Ao aprofundar a análise observando aspectos específicos do setor de caminhões, concessionárias e revendedores conseguem manter o otimismo, projetar crescimento e até fazer investimentos apostando nas possibilidades de aumentar a rentabilidade no ano.

O crescimento de nichos e urgência para renovação da frota são motivo, também, para deixar o mercado de seguros mais entusiasmado com a perspectiva de ampliar seus negócios.

CLUBE DE BENEFÍCIOS FATOR SEGURADORA

A Fator lançou um Programa de Relacionamento voltado para os corretores de seguros, visando fortalecer ainda mais os laços com esses parceiros para, juntos e ainda mais unidos, recomeçarem a caminhada em 2021.

O Clube de Benefícios é uma plataforma que consiste em uma rede credenciada de empresas de ramos diversos que concedem descontos diferenciados.

O programa é dividido em duas categorias, Clube de Benefícios Standard e Clube de Benefícios Gold. Para usufruir dos descontos em mais de 300 estabelecimentos e e-commerces pelo Brasil, é preciso atualizar os dados da corretora de seguros, o que pode ser feito pelo site da seguradora (<https://fatorseguradora.com.br/clube-de-beneficios>)

SUHAI OFERECE PROTEÇÃO EXCLUSIVA PARA MOTO

Especialista nesse tipo de produto, a seguradora tem um seguro exclusivo de furto e roubo para moto que pode ser até 80% mais barato do que um seguro completo. Além de incluir assistência 24h, em todo o Brasil, e a opção de cobertura de perda total por colisão e outros danos, o seguro apresenta outros diferenciais como aceitação para qualquer marca, modelo e ano de moto, perfil simplificado e sem burocracia e ausência de franquia num eventual sinistro.

UNITEDHEALTHGROUP BRASIL FAZ LIVES PARA QUALIFICAR CANDIDATOS

Para disseminar o conhecimento sobre como é o dia a dia de diversos setores da empresa e, com isso, buscar aumentar o número de candidatos para vagas abertas e qualificá-los, a UnitedHealthGroup Brasil, companhia que controla a operadora de planos de saúde Amil e a rede Americas, iniciou, em fevereiro, uma série de lives no YouTube, chamadas UHG ao Vivo.

O primeiro bate-papo teve como tema “Começando uma carreira como estagiário(a)”. Haverá mais

nove edições até o final ano de 2021, e seis delas terão foco em conteúdos de Inclusão e Diversidade, com a participação dos Grupos de Diálogo do UnitedHealthGroup Brasil, formados por mais de 200 colaboradores voluntários. Os temas buscam desenvolver e promover uma cultura que elimine barreiras nas políticas e práticas da organização como um todo.

Haverá, também, edições do UHG ao Vivo com foco nas áreas de enfermagem, call center e tecnologia.



A moto abre caminhos para a sua vida. Por que fechar a porta para ela?

Bem-vindo

O seguro para todos. Desde sempre.

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

INOVAÇÃO DIGITAL NO SETOR AUTOMOTIVO



A saída da Ford do Brasil trouxe à tona de forma mais contundente uma questão tão desafiadora quanto promissora, que é a de investir em mudanças tecnológicas. A própria montadora, segundo Augusto Schmoisman, especialista em defesa cibernética corporativa, militar, aeroespacial e CEO da Citadel Brasil, reconheceu a necessidade de adaptação e investimento, impulsionado por novas e emergentes tecnologias em serviços conectados, eletrificação e veículos autônomos.

Por conta desse movimento estratégico rumo à transformação digital, empresas como a GM e a Hyundai, exemplifica Schmoisman, planejam investir pesado em inovação, com foco em automóvel elétrico.

O segmento automotivo atraiu também empresas como as líderes do mundo tecnológico Apple, Google e Amazon, que já estão desenvolvendo projetos de carros elétricos num cenário (ainda) dominado pela Tesla Motors, que tem mostrado superioridade tecnológica no segmento desse tipo de veículo.

A competição pela liderança tecnológica, prevê o especialista, se tornará um desafio não somente no setor automotivo, mas em toda cadeia empresarial. Razão pela qual recomenda que a mudança referente à inovação contínua precisa ser uma política dentro das empresas e colocada efetivamente em prática.



A MAG Seguros está
sempre ao lado
dos corretores.

Neste momento, não seria diferente. Estamos investindo fortemente para que esses profissionais possam gerar mais e melhores negócios.

Nossa ferramenta **Venda Digital** permite a comercialização do portfólio de forma totalmente on-line e remota. Também estamos lançando cada vez mais soluções aderentes às necessidades das pessoas e ao momento atual. E tudo isso sem deixar de olhar para a capacitação, por meio de nossos cursos e treinamentos da **MAG Universidade**, e para a atualização, com realização periódica de lives com grandes nomes e dicas relevantes.

Mande um e-mail para sejaparcero@mag.com.br e conte você também com esses e outros diversos benefícios!

MAG
SEGUROS

GRUPO MONGERAL **EGON**

TECNOLOGIA 5G: NADA SERÁ COMO ANTES

Quando o 5G estiver em pleno funcionamento no Brasil, o que está previsto para 2022, quem irá se lembrar, por exemplo, que baixar filmes e livros era questão de horas e, às vezes, até de semana; que um dos grandes obstáculos ao estímulo da fabricação de carros autônomos e das cirurgias remotas, realizadas por meio de robôs, era o tempo demorado de resposta aos comandos enviados, pondo em risco vidas no trânsito e nas mesas de cirurgia; ou ainda que conectar até 1 milhão de aparelhos por quilômetro quadrado, tornando realidade a massificação da internet das coisas, trazendo vantagens incalculáveis para as cidades, organizações e pessoas, fossem conquistas de um futuro longínquo?

Com o 5G, a transferência de dados se dará de forma simultânea, veloz e segura e com cobertura mais ampla, reduzindo as horas e, por vezes, os minutos, em questão de segundos, o que impactará tremendamente a vida das pessoas e das organizações. Sobretudo num país como o Brasil, que detém uma das maiores redes de telefonia móvel

do mundo – 227 milhões de aparelhos celulares x 211 milhões de habitantes, segundo dados do IBGE, ou seja, mais de um aparelho por pessoa – ficando atrás apenas da China, Índia e EUA.

É impensável, hoje, trabalhar ou, para boa parte da população brasileira, simplesmente viver sem o auxílio do celular. A pandemia certamente ajudou a fortalecer essa realidade.

Segundo cálculos da consultoria KPMG, essa nova tecnologia deve gerar US\$ 4,3 trilhões em serviços em todo o mundo nos próximos seis anos.



IMPACTOS NO SEGURO

No mercado de seguros, a expectativa é das melhores. Espera-se uma ampliação de negócios, sobretudo no segmento de Danos e Responsabilidades, aqui compreendendo o ramo de Automóvel e o de Riscos. O primeiro, em função do esperado aumento da frota de carros autônomos. O segundo, porque os riscos cibernéticos são considerados o grande desafio que o 5G traz para todos, indistintamente, devido ao maior grau de conectividade e interação pessoal. O que naturalmente demandará um maior investimento em recursos para fortalecer a segurança da informação. A segurança cibernética deve fazer parte da gestão estratégica das organizações, recomendam especialistas.

A previsão é endossada pelo desempenho do

seguro de Riscos Cibernéticos, que, no período de janeiro a outubro de 2020, arrecadou R\$ 29 milhões em prêmios, o melhor resultado do segmento de Danos e Responsabilidades, segundo dados da CNseg. A julgar pelo aumento de casos de golpes virtuais e a maior preocupação das empresas com a segurança dos seus dados, esse ritmo, segundo analistas do setor, deve ser mantido ou, talvez, acelerado.

Só de janeiro a junho de 2020, ocorreram no Brasil 2,6 bilhões de golpes virtuais, de um total de 15 bilhões em toda a América Latina e Caribe, de acordo com dados da Fortinet Threat Intelligence Insider Latin America, ferramenta que coleta e analisa incidentes de segurança cibernética em todo o mundo.

CORRETOR, A GENTE QUER **FAZER NEGÓCIOS** COM VOCÊ!



Garantias



Responsabilidades



Riscos Patrimoniais

#VEMPRAFATOR

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 seguradora 

PERSPECTIVAS DO SETOR DE SEGUROS PARA 2021

Vacinação em massa dos brasileiros contra a Covid-19 e agenda de reformas (tributária, administrativa e pacto federativo) que ganhe prioridade no Governo Federal, sem esquecer das privatizações. Esses são, na opinião do presidente do Sindicato das Seguradoras RJ/ES, Antonio Carlos Costa, pontos fundamentais para que 2021 seja um ano realmente promissor.

O dirigente está confiante de que o setor de seguro vá fechar o ano de 2020 em situação privilegiada, quando comparado a outros setores econômicos.

Antonio Carlos diz que o mercado deve continuar acelerando os projetos de digitalização, iniciativa estimulada pelo isolamento social. “Vamos aumentar o foco na agilidade e simplicidade. “Nosso desafio é entregar produtos que façam sentido ao consumidor. Temos que facilitar processos, agregar conforto, segurança e diferenciação. A pandemia aumentou a percepção do risco por parte do consumidor e não podemos perder esta oportunidade de aprimorar os nossos produtos e serviços”.



TELESSAÚDE É APROVADA PELA MAIORIA DOS PACIENTES ATENDIDOS

O grau de satisfação dos pacientes com a telessaúde tem sido bastante alto na saúde suplementar brasileira. De acordo com o presidente da FenaSaúde, João Alceu Amoroso Lima, o Net Promoter Score (NPS), a métrica que mede a aceitação do serviço pelos pacientes atendidos por meio dessa modalidade, está entre 80% a 85%, segundo monitoramento realizado por operadoras.

Outra vantagem da telessaúde foi o aumento da produtividade dos atendimentos. As teleconsultas têm apresentado alta resolutividade, atendendo mais de 90% das necessidades dos pacientes, conforme relatos das empresas associadas à FenaSaúde. Os não comparecimentos diminuíram bastante e há mais facilidades de encaixar novas pessoas nos horários de quem não compareceu. “Eu poderia resumir o principal ganho da aceleração do conceito da telessaúde em apenas uma palavra: o acesso. É a palavra chave da medicina”, diz o dirigente.

INDICADORES VÃO AFERIR AVANÇO DA DIVERSIDADE E INCLUSÃO NOS MERCADOS LOCAIS DO SETOR DE SEGUROS



A CNseg planeja fragmentar os dados nacionais relacionados à diversidade e à inclusão das oito regiões sindicais do setor de seguros. O objetivo é criar indicadores que permitam dirigentes, associadas e sociedade em geral avaliarem o andamento das po-

líticas de diversidade e de inclusão nos mercados locais do setor segurador. Esses dados, em fase de coleta, estarão disponíveis nas novas edições do Relatório de Sustentabilidade, publicação anual da Confederação Nacional das Seguradoras.

#com Você sempre

Com a Bradesco Seguros, seus Clientes podem contar com as melhores soluções em Auto, Residencial, Saúde, Dental, Vida e Previdência.

Ofereça Bradesco Seguros para seus Clientes e faça bons negócios.
Saiba mais em: bradescoseguros.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





SETOR DE SEGUROS DÁ EXEMPLO DE SUPERAÇÃO FECHANDO 2020 COM RESULTADOS POSITIVOS

O tão aguardado desempenho do setor de seguros em 2020 chegou na última semana de fevereiro, por meio de relatório divulgado pela CNseg, com números bastante positivos, considerando os impactos da crise econômica e da pandemia. Resultado esse que, segundo a Confederação, superou o de outras atividades industriais, comerciais e de serviços, à exceção do agronegócio.

O setor cresceu 1,3%, em relação a 2019, totalizando R\$ 273,7 bilhões (sem Saúde e DPVAT), tendo contribuído significativamente para isso o salto de 15,4% da receita no mês de dezembro (R\$ 30,8 bilhões), em comparação ao mesmo mês de 2019.

As provisões técnicas, que garantem os riscos do sistema, atingiram a cifra histórica de R\$ 1,2 trilhão, registrando aumento de 7,5% sobre o exercício anterior.

Em sinistros, indenizações, benefícios, resgates e sorteios, o setor totalizou R\$ 151 bilhões – sem Saúde e DPVAT – em 2020, representando crescimento de 8,3% em relação a 2019.

O segmento de Danos e Responsabilidades apresentou a melhor performance, avançando 6% sobre o resultado de 2019. Contribuíram para a alta do setor os ramos: Marítimo e Aeronáuticos, alta de 44%; Rural, 29,5%; Responsabilidade Civil, 22,8%; Crédito e Garantias, 17,8%; e Patrimonial, 10,2%. Com viés de baixa, o Garantia Estendida, com recuo de 6,3%; Automóveis, 2,1%; e Planos de Acumulação, 1,4%.

O segmento de Pessoas apresentou estabilidade e os Títulos de Capitalização decresceram 4,1%.

Segundo o presidente da CNseg, Marcio Coriolano, “a crise de mobilidade trazida pela pandemia afetou duramente o setor segurador nacional, embora o efeito precaucional contra o risco do coronavírus tenha despertado maior interesse por ramos com coberturas diretamente correlacionadas à proteção em tempos de crise de mobilidade - como Patrimonial, Habitacional, Crédito e Garantias, Responsabilidade Civil, Rural, Marítimos e Aeronáuticos e Vida Risco. Outros ramos – como os de Automóveis, Transportes, Garantia Estendida e Planos de Acumulação - tiveram reversão de desempenho em razão da crise econômica que reduziu o volume de atividades produtivas, aumentou a taxa de desemprego e desestabilizou o mercado de capitais com forte volatilidade de ativos”.

Coriolano diz que ainda é cedo para fazer qualquer prognóstico para o setor segurador em 2021. E que o resultado dependerá crucialmente do tamanho da taxa de aumento do PIB para abrir espaço à recuperação de ramos de seguros caudatários da produção industrial, agrícola e comercial, como é o caso dos grandes riscos patrimoniais. Isso sem falar no incremento da renda pessoal e do emprego, fator imprescindível para ampliar a demanda por produtos básicos patrimoniais, cobertura de vida, previdenciários, saúde suplementar e capitalização.

E se a carga do Cliente for danificada ou roubada?



SEGURO TOKIO MARINE PEQUENO TRANSPORTADOR



Apólice única com cobertura para acidentes e roubos (RCTR-C e RCF-DC)



Prêmio mínimo (PM) de R\$ 500,00



Limite máximo de garantia (LMG) de R\$ 300 mil



Cobertura adicional de limpeza de pista

RESOLVE

Só o **Seguro Pequeno Transportador da Tokio Marine** vem com a **Cobertura Resolvedora**. Isso significa que, de acidentes com o veículo transportador à perda total da carga, ele **Resolve**.

Quer saber mais?
Fale com o seu Corretor.

Uma Seguradora completa pra você ir mais longe.

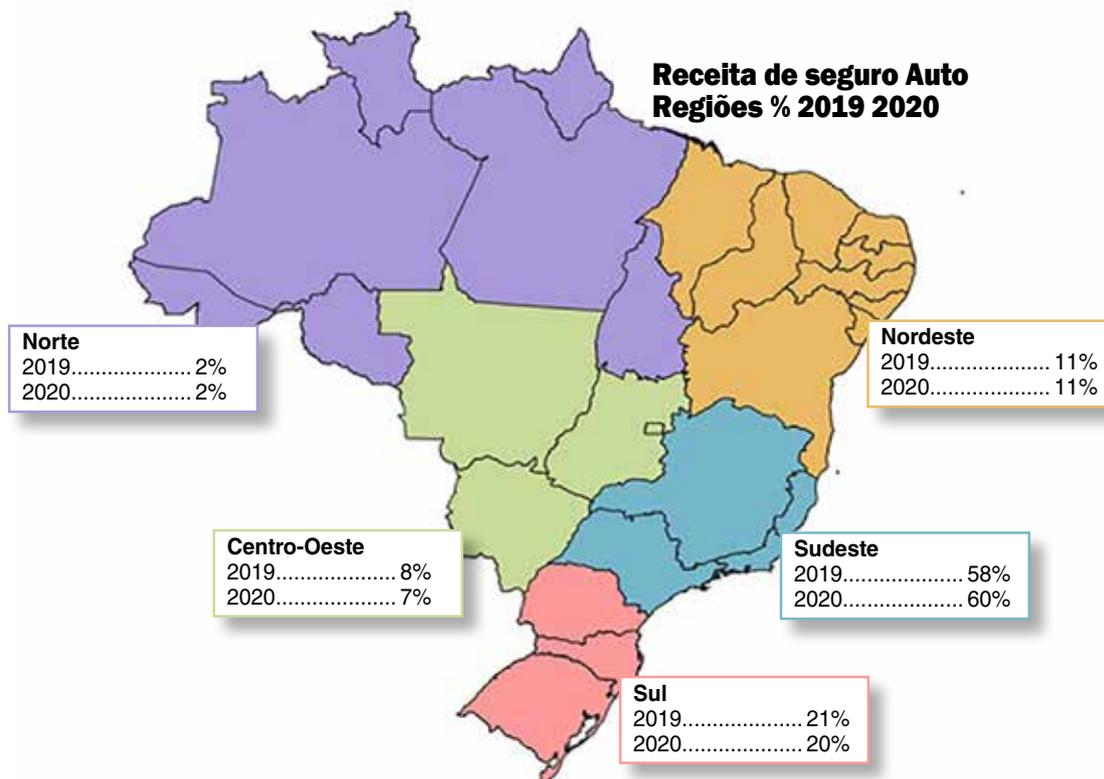


**TOKIO MARINE
SEGURADORA**

NOSSA TRANSPARÊNCIA, SUA CONFIANÇA

FOTOGRAFIA DO SEGURO DE AUTOMÓVEL NAS REGIÕES BRASILEIRAS

De acordo com o rating dos Estados divulgado pela Federação Nacional dos Corretores de Seguros (Fenacor), a região Sudeste teve o maior percentual do faturamento do seguro de automóvel do país em 2020. A conferir no mapa.



BENEFICIÁRIOS DA SAÚDE SUPLEMENTAR JÁ SOMAM QUASE 75 MILHÕES

Em dezembro de 2020, o número de beneficiários de planos de saúde totalizou 47.564.363 usuários em planos de assistência médica e 27.050.313 em planos exclusivamente odontológicos em todo o Brasil, segundo dados da Agência Nacional de Saúde Suplementar (ANS).

Na assistência médica, o número é o maior registrado desde janeiro de 2017 - antes disso, foi superado em dezembro de 2016, quando foram registrados 47.631.754 beneficiários.

Em dezembro, foi confirmada a tendência de crescimento que vinha sendo verificada nos meses anteriores: na segmentação de assistência médica, o setor registrou um aumento de 0,37% no comparativo

com novembro, e de 1,16% em relação a dezembro de 2019. Na segmentação odontológica, foi constatado crescimento de 1,35% em relação a novembro e de 4,45% em relação a dezembro de 2019.

Entre os estados, no comparativo com dezembro de 2019, o setor registrou aumento de beneficiários em planos de assistência médica em 20 unidades federativas, sendo Minas Gerais e São Paulo os que tiveram o maior ganho de beneficiários em números absolutos. Já no segmento exclusivamente odontológico, 24 unidades federativas registraram aumento no comparativo anual, sendo São Paulo, Minas Gerais e Pernambuco os estados com maior crescimento.

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

Estamos cada vez mais perto de você.

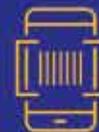


Agora, a Qualicorp tem um canal de relacionamento exclusivo para corretores de seguros do Rio de Janeiro. Venda nossos planos de saúde e ganhe muito dinheiro.

Venha pra Quali. Acesse e cadastre sua corretora de seguros:
suacorretoranaqualicorp.com.br



Confira as vantagens de vender Qualicorp:



Processo de venda totalmente digital.



Bônus especiais com pagamento à vista.



Treinamentos e aperfeiçoamento profissional.



Tamo Junto Corretor: programa de relacionamento com benefícios exclusivos.