

REVISTA DA ACONSEG RJ



EXPANSÃO DO SETOR AMPLIA OPORTUNIDADES

NOVA DIRETORIA DA ACONSEG-RJ

...

UM NOVO DESTINO,
SÓ PRA Super Campeões

PRA 2022

ISRAEL

Prepare-se!

Acesse o QR
Code e confira
o lançamento
do PRA 2022



Boas notícias

O caminho percorrido até aqui, neste primeiro semestre do ano, está sendo positivo e motivo de orgulho para a Aconseg-RJ e suas assessorias.

O mercado de seguros cresce e apresenta novas oportunidades de negócios avançados por produtos inovadores e diferenciados, moldados para um consumidor atento e ávido por proteção especial e personalizada.

No dia 18 de maio, a diretoria da Aconseg-RJ – para o biênio 2022/2024 – foi eleita em chapa única e por unanimidade, e as contas da diretoria 2020/2022, também aprovadas por unanimidade.

Após 24 anos de fundação, a Aconseg-RJ elegeu a primeira mulher em sua diretoria: Jaqueline Rocha, filha do saudoso Renato Rocha (um dos fundadores e ex-presidente da Aconseg-RJ por duas vezes). Uma honra para todos nós que a temos na mais alta estima pessoal e profissional. Esperamos que outras mulheres possam estar nas próximas diretorias.

No dia 12 de maio a diretoria da Aconseg-RJ e suas associadas participaram, em São Paulo, de um encontro com o alto escalão da HDI, liderado pelo CEO Eduardo Dal Ri.

O encontro na matriz da HDI teve por objetivo fortalecer a parceria com as assessorias, tendo em vista a estratégia de aumentar significativamente a participação da empresa nos principais mercados de seguros, como o Rio de Janeiro e São Paulo.

Encontros como esse, de aproximação entre as assessorias e seguradoras, são de grande importância para a construção de um plano estratégico mais eficiente e produtivo. Ficamos muito honrados com o convite da HDI e tenho certeza de que estaremos juntos para aumentar a representatividade da companhia no mercado fluminense.

Em primeiro de junho foi a vez da comitiva da Aconseg-RJ e suas assessorias afiliadas ir ao escritório da Allianz seguros, no Centro do Rio de Janeiro.

Karine Barros, diretora-executiva Comercial da Allianz Seguros, revelou que as assessorias são um importante agente facilitador da distribuição dos produtos da Allianz, que tem intenção de fortalecer, cada vez mais, a relação com o canal, bem como com os corretores.

Tudo isso é música para os nossos ouvidos. Saber que essas gigantes internacionais apostam e investem para fortalecer o canal assessoria, com intuito de fomentar negócios e alavancar crescimento nos enche de entusiasmo e alegria para prosseguir produzindo da melhor maneira possível para fazer jus à confiança que nos foi depositada.

Espero que gostem desta segunda edição do ano, que contempla todas essas novidades e muito mais. Boa leitura!

Joffre Nolasco
Presidente da Aconseg-RJ

DIRETORIA EXECUTIVA

Presidente: Joffre Nolasco Neves – Rapport Seguros

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
Nova Four Assessoria de Seguros
Guarda Assessoria de Seguros
LFA Assessoria de Seguros
Link Consultoria de Seguros
Nova Assessoria
Nova Fortaleza Assessoria
Paper Assessoria de Seguros
Plataforma Assessoria de Seguros
Rapport Seguros
Senra & Associados
Serra Penedo
TEA Assessoria e Consultoria de Seguros

SUMÁRIO

Especial: O que esperar dos ramos de seguros em 2022.....	4 a 12
Aconseg-RJ: nova diretoria e encontros com seguradoras.....	14 e 15
Universidade: seguro de vida e as novas tendências.....	16
Novo comando na CNseg	17
Aplicativo exclusivo HDI para corretores	18
MAG Seguros: as oportunidades para corretores no ramo vida	20
A agenda ASG no setor segurador	21
Saúde.....	22
Instituto SulAmérica Saúde promove saúde integral.....	23
Tecnologia	24
Painel	26 a 29
Livro conta trajetória de Osmar Bertacini.....	30
Mudanças climáticas: a vez da agricultura.....	31
Prêmio de Jornalismo em Seguros	32
Suhai no “Great Place To Work”	33
Números do mercado.....	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

Reportagem especial e entrevistas: 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

Um ano desafiador, atípico, mas, enfim, o recomeço! Após dois anos difíceis devido ao longo período de restrições trazidas pela pandemia da Covid-19, 2022 tem o viés da retomada para o setor de seguros. Apesar das incertezas inerentes a fatores como crise econômica internacional, alta de preços de alimentos e combustíveis, eleições presidenciais brasileiras, efeitos da guerra Rússia x Ucrânia e os recentes desastres naturais ocorridos em várias partes do Brasil, a expectativa é de tempos muito positivos daqui por diante! Ufa! E não é para menos! O setor segurador fechou o 1º trimestre com alta de 15,4%. O seguro de viagem disparou 219% no período (veja os números).

2022 a retomada!

**R\$ 82,2
BILHÕES**

Arrecadação de seguros no primeiro trimestre de 2022, crescimento de 15,4% em relação ao 1º TRI 2021

27% de alta do comércio-online

O faturamento recorde no comércio on-line no Brasil em 2021 deve impactar positivamente nos seguros de transportes

(Fonte: Neotrust)

265,7 milhões de toneladas de grãos

Crescimento da safra em 2021 superior a 10 milhões de também deve beneficiar seguro de transportes e cargas.

(Fonte: Companhia Nacional de Abastecimento)

Caderno Especial

219%

Crescimento do seguro de viagem com a retomada de voos internacionais

Estimativas de crescimento para o setor em 2022: 2,6% a 9%

3,1% a 12,8%
Arrecadação de seguros

5,1% a 9,2% Danos e Responsabilidades (sem DPVAT)

1,6% a 5,2% Seguros de pessoas – planos de riscos

5,2% a 12,2%
Capitalização

1,4% a 15,8%
Seguros de pessoas – planos de acumulação

R\$ 161 bilhões
Saúde Suplementar

Fonte dos números sobre seguro: CNseg

O QUE ESPERAR DOS RAMOS DE SEGUROS EM 2022

Executivos que participam desta reportagem especial dizem que o setor continuará focado em aperfeiçoamento da eficiência operacional, transformação digital, atendimento das necessidades contemporâneas dos clientes e soluções inovadoras para o alcance da melhor experiência, presencial ou virtual, dos segurados. São esperados desempenhos positivos nos segmentos de Danos e Responsabilidades para os ramos Automóvel, Residencial e Transportes. No

Auto, a expectativa envolve a recuperação gradativa do setor automobilístico devido ao avanço da vacinação contra a Covid-19 e a retomada da produção de automóveis, motivada pela normalização do fornecimento mundial de semicondutores a partir do segundo semestre. Em Residencial, o crescimento da carteira deve ser motivado pelo aumento do tempo de permanência das famílias em casa e influenciado pelo aumento do trabalho via *home office* e da maior utilização da infraestrutura doméstica.

A expectativa de diminuição das restrições sanitárias e retomada gradual da economia devem impactar positivamente o seguro de transporte, bem como o escoamento da safra 2021/2022, recorde do agronegócio, e a ampliação do comércio online brasileiro, que registrou um resultado inédito em 2021. O aquecimento da economia, segundo estimativas, também trará oportunidades nas carteiras Empresariais, Garantia e Riscos de Engenharia. No segmento de Pessoas, produtos como Saúde e Vida no pós-pandemia serão prioridades entre os consumidores. Na Saúde Suplementar, espera-se a retomada da oferta de planos individuais verticalizados, aliada à maior diversificação de oferta de produtos regionais, como alternativa para planos de abrangência nacional.

A visão dos executivos é unânime sobre a importância do corretor: tem papel fundamental para o desempenho e comercialização dos produtos e no relacionamento com clientes e potenciais segurados. Mas todos sugerem que o corretor amplie os seus conhecimentos, aumente a sua participação no meio digital e fortaleça a sua capacitação por meio de treinamentos oferecidos pelas empresas parceiras.



Ritmo de crescimento

Karine Barros, diretora-executiva Comercial da Allianz Seguros, considera que o setor de seguros continuará no ritmo de crescimento, a exemplo do cenário verificado em 2021.

“No segmento de Danos e Responsabilidades, os ramos Automóvel, Residencial e Transportes, estarão à frente dessa expansão. Para o seguro Auto, a expectativa é favorável porque o setor automobilístico deve se recuperar gradativamente, com o avanço da vacinação, retomada da produção de carros nas fábricas e a previsão de que a escassez mundial de semicondutores comece a normalizar no segundo semestre de 2022”, avalia.

Para o Residencial, Karine Barros acredita que o aumento do tempo de permanência dos membros das famílias em casa por cauda da pandemia ampliou o uso da infraestrutura do lar e dos seus eletrodomésticos. Para a executiva, é perceptível “o valor agregado” oferecido pelo seguro de residência a partir dos benefícios relacionados a coberturas e assistências, como serviços de manutenção e de pequenos reparos. “O Residencial ainda tem muito a crescer no mercado”, analisa.

No seguro de transporte, a executiva assinala que a apólice “acompanha o movimento da economia e dos mercados de consumo” e tem recebido impactos positivos vindos do ambiente externo, como o resultado inédito do comércio online brasileiro em 2021 e o escoamento das safras recordes do agronegócio.” A expectativa de crescimento para esse seguro é reforçada também pela “diminuição das restrições sanitárias e retomada gradual da economia”, completa.

No segmento de Pessoas, os destaques serão os produtos Saúde e Vida, que “devem ganhar uma atenção especial” em 2022 e no período pós-pandemia, estima Barros. Saúde por ser um

Karine Barros,
diretora-executiva
Comercial da
Allianz Seguros



produto “entre as prioridades da lista dos consumidores”; e Vida por ser um seguro que pode ser acionado em situações de “doenças graves, invalidez parcial ou permanente e afastamento do trabalho”.

A diretora elogia a parceria da Allianz com os corretores e a importância desse profissional para os negócios. “O corretor tem papel estratégico na engrenagem do mercado de seguros. Ele é o responsável por fazer o ‘elo’ entre o mercado segurador e o consumidor e seguirá como protagonista do mercado de seguros”, destaca.

A executiva frisa que os corretores devem ficar atentos a oportunidades para a ampliação de seus conhecimentos. “Contamos com uma ferramenta chamada Máquina de Capacitação, que oferece a possibilidade de os corretores parceiros conhecerem o modelo da empresa, produtos e, ainda, assistir aos treinamentos realizados”, incentiva.

Outro fator a ser “fortemente considerado” pelos corretores é o investimento na diversificação de suas carteiras. Barros reitera a importância para os corretores buscarem outros nichos de atuação e oferecer novas soluções para atender às necessidades contemporâneas dos clientes.

“O corretor tem papel estratégico na engrenagem do mercado de seguros. Ele é o responsável por fazer o ‘elo’ entre o mercado segurador e o consumidor e seguirá como protagonista do mercado de seguros”



Agenda ESG

Carolina Lorenzatto, diretora-executiva Comercial e de Produtos da Amil, diz que o setor já percebeu uma aceleração do crescimento em número de clientes no primeiro trimestre de 2022, especialmente por causa da geração de empregos e de renda – que têm influência direta na performance das operadoras de planos de saúde.

“Queremos que o acesso à saúde seja mais amplo e fácil para todos os brasileiros. Seguiremos ainda mais focados no aperfeiçoamento da nossa eficiência operacional, na migração digital e no suporte às necessidades dos nossos clientes, buscando soluções cada vez mais inovadoras e customizadas para que tenham a melhor experiência no cuidado com a saúde, seja no modelo presencial ou virtual”, afirma.

Lorenzatto destaca ainda que o fortalecimento do serviço de telemedicina, “que já superou a marca de 2,6 milhões de atendimentos desde abril de 2020 quando passou a ser oferecido a toda a base de clientes da Amil”, é um dos principais objetivos da empresa, pois “oferece a possibilidade de o beneficiário ter autonomia no cuidado com a sua própria saúde, de onde ele estiver.”

Sobre o desempenho do setor segurador em 2022, a executiva lembra que “há reflexos práticos” vindos da pandemia. “Muitas micro e pequenas empresas passaram a oferecer planos de saúde para seus funcionários como um diferencial positivo para atrair e reter talentos.”

A diretora-executiva da Amil destaca ainda que empresas com maior número de colaboradores estão contratando planos de operadoras para esse público. “A oferta de planos de saúde aos funcionários é parte da agenda ESG das empresas, aquecendo esse mercado”, associa.

Outro ponto que contribui para a expansão do mercado de saúde suplementar, segundo Carolina Lorenzatto, é a retomada da oferta de planos individuais verticalizados por diversas



Carolina Lorenzatto, diretora-executiva Comercial e de Produtos da Amil

operadoras, aliada à maior diversificação de oferta de produtos regionais, como alternativa a planos nacionais. Ela cita, por exemplo, os recém-lançados Fácil S75 RJ, que cobre 30 municípios do Rio de Janeiro, e S580, de abrangência nacional.

Na visão da executiva, o corretor tem um “papel fundamental” no setor de seguros para o desempenho dos planos de saúde, mas ressalta a importância desse profissional ter “muito conhecimento e amplo domínio dos produtos” com os quais trabalha. “Minha sugestão é que procurem se manter, ao máximo, atualizados sobre as novidades do mercado”, orienta.

Lorenzatto ressalta que a empresa ampliou o apoio aos parceiros de vendas com o lançamento em maio do perfil @amilcorretores no Instagram com notícias, dicas, informações sobre eventos e promoções do Universo Amil relevantes para a categoria. O novo canal faz parte da estratégia de relacionamento com os corretores, que inclui treinamentos oferecidos pela Universidade de Vendas e eventos como o Amil Quiz Show.

“Há reflexos práticos vindos da pandemia. Muitas micro e pequenas empresas passaram a oferecer planos de saúde para seus funcionários como um diferencial positivo para atrair e reter talentos... A oferta de planos de saúde aos funcionários é parte da agenda ESG das empresas, aquecendo esse mercado”





Resiliência e potencial

Leonardo Pereira de Freitas, diretor da Organização de Vendas da Bradesco Seguros, avalia que o mercado de seguros demonstra grande resiliência e todas as condições de superar o cenário econômico que se impõe em 2022, “com níveis de crescimento bastante satisfatórios, embora ainda inferiores ao seu imenso potencial.”

Freitas cita números recentes da Confederação Nacional das Seguradoras, a CNseg, que corroboram a sua análise. “As receitas de seguro, as contribuições de previdência e o faturamento dos títulos de capitalização totalizaram R\$ 82,2 bilhões no primeiro trimestre de 2022, representando aumento de 15,4% em relação ao mesmo período de 2021.”

Em relação à seguradora, Freitas destaca que a Bradesco tem utilizado as experiências e aprendizados desse período como uma oportunidade para aperfeiçoar as operações, ampliando e aprimorando o portfólio de produtos e transformando a experiência do cliente, “a razão de ser da companhia.”

O executivo observa que a Bradesco está atenta às transformações que estão ocorrendo no setor, como os debates sobre Open Insurance e Open Health e as novas regras da Superintendência de Seguros Privados (Susep) para produtos, que tornam mais dinâmica a oferta de proteção. O novo regramento da Susep, segundo Freitas, incentiva o futuro do setor. “A oferta de combos abre frentes para inovarmos na entrega de novos produtos, com soluções assertivas para cada momento de vida do cliente”, reitera.

Mas é preciso investir “permanentemente” em inovação, salienta o executivo. “Em 2022, o grupo segurador realizará investimentos da ordem de R\$ 1 bilhão em inovação e tecnologia – o dobro do montante de 2021. Esses recursos serão investidos sobretudo em desenvolvimento, infraestrutura e recursos humanos”, garante.

Freitas também considera um fator otimista a mudança da percepção da sociedade sobre a importância da proteção. “É imprescindível que o nosso mercado continue



Leonardo Pereira de Freitas, diretor da Organização de Vendas da Bradesco Seguros

cumprindo com o propósito de estimular a cultura do seguro no país, por meio dos nossos produtos e serviços, reafirmando a importância dos seguros e dos planos de previdência”, conclama.

Sobre os corretores, o executivo da Bradesco afirma que esses profissionais “são parte fundamental na engrenagem do setor de seguros por serem o elo que temos com os consumidores, dando toda a orientação de que eles precisam e entregando as soluções mais adequadas”.

O Grupo Bradesco Seguros, pontua Freitas, considera os corretores “parceiros de negócios” e, por isso, a seguradora trabalha “em prol da evolução da experiência desses profissionais, com a oferta de novas tecnologias e ferramentas analíticas que lhes permitam exercer um papel cada vez mais consultivo na relação com os segurados.”

Nesse sentido, Freitas cita a Universeg, plataforma de *streaming* criada para auxiliar o corretor no âmbito educacional, e as ferramentas digitais Portal de Negócios e aplicativo BS Corretor como forma de incentivar os profissionais parceiros de vendas a “diversificar e monetizar de forma efetiva” os seus negócios.

“É imprescindível que o nosso mercado continue cumprindo com o propósito de estimular a cultura do seguro no país, por meio dos nossos produtos e serviços, reafirmando a importância dos seguros e dos planos de previdência”



Protagonismo do corretor

Fernando Grossi, diretor-executivo Comercial e de Marketing da Sampo, acredita que o panorama econômico traz um cenário desafiador e oportuno para o desenvolvimento de estratégias para diversificação e rentabilização de carteiras.

Grossi identifica oportunidades para o seguro em diferentes ramos, “tanto em seguros Massificados quanto Corporativos.” Ele cita dados da CNseg do primeiro trimestre como “bons indicativos” para o desempenho do setor em 2022, registrados em ramos como Rural (+50,3%), Grandes Riscos (+47,3%), Transportes (+23,5%), Garantia (+20%) e Automóvel (+23,4%).

Segundo o executivo, há expectativas positivas de que o país irá alcançar um desempenho melhor na economia em 2022, de acordo com “projeções mais animadoras” para os números do Produto Interno Bruto (PIB) por parte de analistas econômicos.

“Além disso, embora a pandemia não tenha acabado, com a vacinação da população e a retomada gradual das atividades, negócios que estavam ‘represados’ ou indefinidos tendem a se concretizar”, vaticina.

Nesse sentido, a Sampo, destaca Grossi, tem a expectativa de “quase dobrar de tamanho no seguro Garantia e passar dos R\$ 57 milhões faturados em 2021 para R\$ 100 milhões em 2022.”

No ramo de Transporte, Grossi observa que houve um aumento da circulação de mercadorias e a movimentação de cargas. Segundo ele, dados do Levantamento Estatístico Aquaviário da Agência Nacional de Transportes Aquaviários (ANTAQ) “indicam que o setor portuário movimentou 276,6 milhões de toneladas no primeiro trimestre”, com destaque para os portos públicos, “que movimentaram 96,5 milhões de toneladas”, alta de 2,14% em relação a igual período de 2021.

Para o executivo da Sampo, os corretores devem “alcançar um papel de destaque” na indústria seguradora. “Mais do que canal de distribuição, os corretores de seguros devem assumir o protagonismo como consultores que orientam e apoiam a decisão de compra dos segurados”, ressalta.



Fernando Grossi,
diretor-executivo
Comercial e de
Marketing da
Sampo

Na sua avaliação, com os ajustes feitos pelas seguradoras para atender à demanda dos segurados frente à pandemia – como desenvolvimento de tecnologias, oferta de novos serviços e ampliação do portfólio de produtos –, a consultoria de corretores, assessorias e plataformas de seguros ganha força para a contratação da cobertura adequada aos seus clientes. “O corretor deve se manter atualizado sobre as novas regulamentações do mercado, compreender seus efeitos, como elas afetam o segurado e quais oportunidades podem surgir em cada processo de mudança ou transformação”, sugere.

O diretor-executivo da Sampo também sinaliza aos parceiros de vendas da empresa a busca por recursos oferecidos pelas assessorias de seguros e seguradoras (sistemas de cotação, portais do corretor, etc.) para apoiá-los nos negócios e na gestão de atendimento de clientes; a escolha de serviços e coberturas com valor agregado do seguro para o consumidor; e que conheçam as necessidades dos seus clientes, oferecendo soluções “que sejam mais assertivas para a cobertura de seus riscos.”

“Mais do que canal de distribuição, os corretores de seguros devem assumir o protagonismo como consultores que orientam e apoiam a decisão de compra dos segurados”





Consciência da proteção

Ricardo Bottas, CEO da SulAmérica, analisa que os resultados do setor de seguros, nos últimos anos, foram severamente impactados pela pandemia. Mas a seguradora, ressalta ele, vivenciou em 2022 “experiências que abrem novas oportunidades de expansão e fortalecimento” das suas operações. O cenário esperado para os próximos trimestres, considerando a severidade verificada nos últimos meses, é otimista, diz ele.

“Os números de casos, hospitalizações e óbitos decorrentes da Covid-19 estão em patamares mais baixos e já começam a apresentar alguns sinais de fim desta crise. Verificamos um retorno à normalidade – pré-pandemia – na sinistralidade em nossas carteiras de Vida, mas seguimos com pressão e atenção sobre nossas carteiras de Saúde”, avalia.

Para o CEO da SulAmérica, o brasileiro ampliou a conscientização sobre a importância de proteção da família e seus bens diante de imprevistos. “A pandemia aumentou a busca por um seguro de saúde e de vida, por exemplo, e a necessidade de garantias de segurança”, constata.

À medida que a sociedade retorna à normalidade, a confiança em investimentos e iniciativas também aumenta, correlaciona Bottas. “Com os avanços no uso de inovação e tecnologia, o setor de seguros conseguiu ampliar o acesso da população à saúde e, ao mesmo tempo, possibilitar um cuidado mais coordenado e assertivo para aqueles que confiam em nossos serviços”, avalia.

Para o executivo da SulAmérica, a pandemia fez as pessoas se preocuparem ainda mais com questões relacionadas a saúde, proteção e futuro. Segundo ele, em 2022, independente do avanço das imunizações, as pessoas estão mais conscientes da importância dos seguros e do planejamento do futuro.

“O corretor de seguros é o nosso principal parceiro de negócios na oferta de saúde integral”, assinala. A SulAmérica, segundo o CEO, conta com equipe



Ricardo Bottas,
CEO da
SulAmérica

comercial “totalmente capacitada” para auxiliar os corretores nas vendas, além de oferecer apoio e ferramentas de inteligência comercial para os negócios dos parceiros.

“Temos um time comercial focado no relacionamento com os corretores, assessorias e concessionárias e acreditamos muito na maior especialização dos corretores como verdadeiros consultores de proteção como um fator de sucesso!”, frisa Bottas, citando ainda a Escola de Negócios da SulAmérica, a PRA Saber, que estimula o desenvolvimento on-line do corretor.

Outra ação em benefício do corretor, segundo Bottas, foi o lançamento em 2021 da Contrata Fácil, ferramenta que otimiza as vendas dos profissionais que atuam no segmento Vida. A plataforma auxilia os corretores na geração de links de e-commerce para que os clientes finalizem a contratação de forma segura e 100% digital.

A empresa oferece ainda os programas de reconhecimento PRA Corretor – com canais de atendimento, ferramentas de gestão, eventos de relacionamento, programas de capacitação e comissionamento adicional do mercado para corretores – e PRA Super Campeões, que oferecem prêmios e viagens aos parceiros de vendas.

“Com os avanços no uso de inovação e tecnologia, o setor de seguros conseguiu ampliar o acesso da população à saúde e, ao mesmo tempo, possibilitar um cuidado mais coordenado e assertivo para aqueles que confiam em nossos serviços”



Retomada da Economia

Sérgio Britto, diretor Comercial Varejo RJ/ES da Tokio Marine, avalia que 2022 é um ano “bastante atípico” por causa de questões como o longo período ainda em atividade da pandemia, a crise econômica e social, as eleições presidenciais, os efeitos da guerra na Ucrânia e a incidência de desastres naturais no país. Mas ele mantém o otimismo. “Temos tido a sensação de recomeço. Aos poucos, temos a retomada da economia e boas expectativas para o mercado de seguros”, analisa.

Brito acredita que o aquecimento da economia – destaque para construção civil e agronegócio –, o aumento de empregos com carteira assinada e a “natural e necessária” conscientização das pessoas em relação à proteção e saúde são fatores impulsionadores das vendas de seguros, não apenas o Auto, mas também Vida, Residencial, Empresarial, Garantia, RC Obras e demais produtos do portfólio da Tokio Marine. Nesse sentido, sobre o desempenho da seguradora em 2022, o executivo diz que a expectativa da empresa para os estados do Rio de Janeiro e do Espírito Santo é um crescimento de 20%.

A pandemia da Covid-19 trouxe a “conscientização do risco e suas consequências”, teoriza Britto. Segundo ele, as pessoas passaram a entender a importância da contratação de algumas apólices, com destaque para Vida.

Para o diretor Comercial da Tokio Marine, o maior obstáculo do setor era justamente a falta de conscientização da maior parte da população sobre a importância da contratação de uma apólice para a proteção da família ou do patrimônio frente a momentos de imprevisibilidade como, por exemplo, as recentes chuvas torrenciais e enchentes que atingiram a cidade serrana fluminense de Petrópolis.

O executivo da Tokio Marine mostra-se convicto da “fundamental importância” do corretor para a orientação e a consultoria das necessidades de proteção dos clientes.



Sérgio Britto, diretor Comercial Varejo RJ/ES da Tokio Marine

O momento é de “gerar conhecimento e informação” sobre riscos e proteção para os segurados.

“Vivemos em um mercado dinâmico, de transformação rápida. O corretor precisa estar atento a essas mudanças e preparado para assumir esse papel de intermediador atuante”, propõe, além de “diversificar sua carteira de produtos, buscando novas oportunidades junto aos clientes.”

Britto sugere que o corretor fique atento “a dois importantes fatores”: o novo perfil do consumidor brasileiro contemporâneo e “a retomada gradual da economia brasileira, que deve potencializar os negócios em todos os segmentos, inclusive no mercado de seguros.”

Cabe ainda ao corretor, na visão do executivo, “diagnosticar” e esclarecer aos clientes os novos riscos trazidos pela adoção do trabalho via *home office*, bem como a adequação do seguro residencial; a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD); seguros de riscos cibernéticos; e a importância das apólices responsabilidade civil e de pessoas – Vida, Previdência e Saúde.

“O aquecimento da economia abrirá grandes oportunidades nas carteiras de seguros Empresariais, Garantia, Riscos de Engenharia e Transporte e o corretor precisa estar preparado para essas demandas”, recomenda.

“Vivemos em um mercado dinâmico, de transformação rápida. O corretor precisa estar atento a essas mudanças e preparado para assumir esse papel de intermediador atuante, além de diversificar sua carteira de produtos, buscando novas oportunidades junto aos clientes”





Amil
faz bem para você.
Faz bem para
os seus clientes.

Já parou para pensar no que faz bem para o seu cliente?

Pode ser sua música favorita, o contato com a natureza, estar perto da família ou saber com quem contar na hora de cuidar da saúde.

Por isso, há mais de 40 anos, o cuidado certo da Amil garante o melhor para a saúde física e mental de seus clientes.

Ofereça Amil.

Faz bem para você, faz bem para os seus clientes.

Saiba mais em
amilcuidadocerto.com.br

amil



DIRETORIA PARA O BIÊNIO 2022/2024 É ELEITA POR UNANIMIDADE

A Aconseg-RJ, em assembleia ordinária, elegeu, por unanimidade, a nova diretoria para o biênio 2022/2024. A chapa única eleita é composta por Joffre Nolasco, da Rapport Assessoria, reeleito presidente; César Braga, da CDS Assessoria, para primeiro secretário; Jaqueline Rocha, da Nova Fortaleza Assessoria, segunda secretária; Luiz Philipe Baeta Neves, da Baeta Assessoria, como primeiro tesoureiro; e Alexandre Confettura, da Guarda Assessoria, para segundo tesoureiro (na foto, os integrantes, em sentido horário). A assembleia aprovou também, por unanimidade, as contas do biênio 2020/2022.

“Estou lisonjeado com este novo mandato. É importante des-

taçar que a Aconseg-RJ está unida, mais fortalecida e continuará capacitando suas associadas com o melhor preparo para atender corretores e seguradoras”, disse Joffre Nolasco, presidente reeleito.

Primeira mulher - Jaqueline Duarte dos Santos Rocha, filha de um dos fundadores e ex-presidente da Aconseg-RJ, Renato Rocha, tornou-se a primeira mulher eleita para a diretoria da Aconseg-RJ.

Ela revelou que “sente-se honrada por estar junto de pares, que são verdadeiros ícones do mercado segurador, além de ser um prazer imenso dar continuidade ao legado do pai”, comentou, Jaqueline.

“Fazer parte da diretoria mostra o quanto as mulheres estão conquistando cada vez mais seus espaços no ambiente corporativo. Sou nova no mercado, então a oportunidade de troca, de aprendizado é muito grande. Eu desejo agregar e somar no time da Aconseg-RJ na defesa das assessorias”, concluiu a nova integrante da diretoria, que ocupa a cadeira de 2ª secretária da associação.

Encontros fortalecem parceria com associadas

O presidente da Aconseg-RJ, Joffre Nolasco, e líderes das assessorias associadas promoveram, em maio e junho, os primeiros encontros com seguradoras visando fortalecer a parceria com as assessorias nos principais mercados, como Rio e São Paulo.

No dia 12 de maio, a comitiva foi recebida pelo alto escalão da HDI Seguros, na matriz da seguradora. Entre eles, estavam o CEO Eduardo Dal Ri; o vice-presidente, Flávio Rodrigues; o diretor regional de São Paulo, Maurício Galian; o diretor regional do Rio de Janeiro, Paul Douglas Canarin; o gerente do Rio, Paulo Ricardo, entre outros executivos.

Na ocasião, a seguradora apresentou aos convidados sua nova campanha de aproximação que tem o slogan #VemSerHDI.

“Encontros como este de aproximação entre as assessorias e seguradoras são de grande importância para a construção de um plano estratégico mais eficiente e produtivo. Ficamos muito honrados com o convite da HDI e tenho certeza de que estaremos juntos para aumentar a representatividade da companhia no mercado fluminense”, declarou Joffre Nolasco.

O segundo encontro reuniu, no dia 1º de junho, a comitiva da Aconseg-RJ e as líderes da Allianz Seguros, Karine Barros, diretora-executiva Comercial e Livia Prata, diretora Comercial Regional Rio de Janeiro e Espírito Santo.

“Consideramos as assessorias um importante agente facilitador



da distribuição dos produtos Allianz e nossa intenção é fortalecer cada vez mais a relação com elas e, assim, consequentemente, com os corretores de seguros. A Allianz reconhece a importância das assessorias para garantir a estratégia de diversificação de carteira e capilaridade do atendimento a milhares de corretores. Para mantermos o relacionamento sólido e contínuo, as assessorias estão no centro de nossa estratégia e, por isso, contam com o nosso apoio e suporte comercial”, comentou Karine Barros, diretora-executiva Comercial da Allianz Seguros.

“A Allianz está investindo fortemente nas Assessorias do Rio de Janeiro. Existe por parte da direção da empresa um reconhecimento efetivo do nosso canal, o que é motivo de orgulho e, principalmente, de entusiasmo em produzir bem e cerrar fileiras com a empresa”, disse o presidente da AconseG-RJ, Joffre Nolasco, acrescentando: “A nosso pedido, a seguradora irá fazer uma ampla divulgação sobre a importância do canal assessoria para o seu público interno”, revelou o presidente.

“A Allianz está investindo fortemente nas Assessorias do Rio de Janeiro. Existe por parte da direção da empresa um reconhecimento efetivo do nosso canal, o que é motivo de orgulho e, principalmente, de entusiasmo em produzir bem e cerrar fileiras com a empresa”

“Encontros como este de aproximação entre as assessorias e seguradoras são de grande importância para a construção de um plano estratégico mais eficiente e produtivo. Ficamos muito honrados com o convite da HDI e tenho certeza de que estaremos juntos para aumentar a representatividade da companhia no mercado fluminense”

Joffre Nolasco, presidente da AconseG-RJ



Reunião AconseG-RJ e Allianz



Luiz Philipe Baeta Neves Wagner Attina

SEGURO DE VIDA ALINHADO ÀS NOVAS TENDÊNCIAS



Dados da CNseg mostram uma arrecadação acumulada do setor de seguros no primeiro trimestre do ano (janeiro, fevereiro e março) de R\$ 82,2 bilhões, com um avanço de 15,4% sobre o mesmo período em 2021. Acompanhando esta tendência, o segmento de cobertura de pessoas, nesse mesmo período, avançou 12,4% e movimentou R\$ 50,5 bilhões em prêmios de seguros e contribuições de previdência privada.

“A Universidade Aconseg detectou essa tendência e colocou no seu radar do conhecimento que o seguro de pessoas avançou, cresceu e tornou-se protagonista neste cenário de mudanças aceleradas e constantes que estamos vivendo. É função de toda Universidade que se propõe a fazer um trabalho sério prover os seus alunos de cultura, informação e ensinamentos atualizados”, afirma o reitor Luiz Philipe Baeta Neves.

Ele admite que a pandemia “nos ensinou muitas coisas, digitalizou os nossos procedimentos, a tecnologia trouxe agilidade e simplificação à nossa atividade e mostrou à sociedade não só a nossa capacidade de resposta, bem como a importância dos seguros como provedores de qualidade de vida, segurança e proteção da sociedade, dos nossos entes queridos”. Desta forma, ele acredita que, ao chamar atenção para estes aspectos da vida em sociedade, o seguro de vida proporcionou “a inclusão de camadas jovens da população e das classes econômicas menos favorecidas financeiramente, que o identificaram como uma proteção essencial para se proteger contra riscos eventuais da magnitude da pandemia da Covid-19”, concluiu.

Benefícios – Análise recente da CNseg, publicada em seu site, fortalece a percepção de que a economia brasileira está em recupera-

ção, aumentando a participação dos seguros no PIB brasileiro.

Para o decano da Universidade Aconseg, Wagner Attina, esse cenário convida os operadores de seguros a estabelecerem metas audaciosas para as suas carteiras, em especial a de seguros de pessoas. Abordando esse tema, a Universidade Aconseg oferece o curso “Arte da Persuasão em Vendas”, com início em 29 de junho, (<https://www.universidadeaconseg.com/event-details/a-arte-da-persuasao-em-vendas-ao-vivo-4>) (<https://www.universidadeaconseg.com/event-details/a-arte-da-persuasao-em-vendas-ao-vivo-4>). Na mesma data, mas em horário distinto, é oferecido o “Curso de Vida” <https://www.universidadeaconseg.com/event-details/seguro-de-pessoas-vida-5> HYPERLINK “<https://www.universidadeaconseg.com/event-details/seguro-de-pessoas-vida-5>” ([shttps://www.universidadeaconseg.com/event-details/seguro-de-pessoas-vida-5](https://www.universidadeaconseg.com/event-details/seguro-de-pessoas-vida-5)Site). Os cursos são direcionados à rotina do corretor, incluindo, por exemplo, pesquisas na Susep”, explica.

Segundo o decano, “o ramo de Pessoas é denominado ‘Ramo Nobre’, devido à complexidade de conhecimentos necessários para a formação do profissional, como Direito, Matemática, Atuária e Seguros, além do desenvolvimento de habilidades para transmitir informações assertivas aos proponentes e beneficiários”. Ele destaca que “o seguro de pessoas, em especial de vida, gera reservas significativas para as seguradoras e para o corretor de seguros, o comissionamento recorrente proporciona tranquilidade para realinhar estratégias e táticas no negócio”. E acrescenta: “Vamos falar de sinistros no ramo Vida! Diferente de outros ramos, o segurado do ramo Vida é o maior interessado em evitar o sinistro, e a regulação do sinistro é bem simples”.

O DESAFIO DE APROXIMAR A INDÚSTRIA DO SEGURO DA SOCIEDADE E DO GOVERNO

Aumentar a penetração do seguro e uma flexibilização na regulação que possibilite a criação de produtos mais baratos e mais adaptados a realidades específicas fazem parte da lista de prioridades da nova gestão



Dyogo Oliveira,
diretor-presidente



Roberto Santos,
presidente do Conselho

Dyogo Oliveira, ex-ministro do Planejamento, Desenvolvimento e Gestão, ex-secretário de Política Econômica e ex-presidente do BNDES; e Roberto Santos, CEO da Porto Seguro e ex-presidente do Sindiseg-RJ/ES, assumiram, respectivamente, os cargos de diretor-presidente e de presidente do Conselho da Confederação Nacional das Seguradoras (CNseg) no final de abril, abraçando um desafio histórico do setor segurador: ratificar junto à sociedade e ao governo o papel econômico e social do seguro para o desenvolvimento do país, ao reduzir as vulnerabilidades de pessoas e empresas diante dos riscos, devendo, em razão disso, ser uma atividade fomentada para retroalimentar o próprio crescimento.

O novo diretor-presidente da CNseg ressalta que o seguro já é um setor relevante para a sociedade e o governo, mas que ambos ainda não perceberam isso na dimensão necessária. E cita números convincentes. Além de já representar quase 6,5% do PIB nacional e deter cerca de 25% da dívida pública em mercado, o setor segurador, em

2021, cresceu 11,9% e desembolsou mais de R\$ 397 bilhões em forma de benefícios, indenizações, resgates, sorteios, despesas médicas e odontológicas o que supera o orçamento de pequenas e grandes prefeituras e as dotações de alguns dos principais ministérios. “Só na área de Saúde Suplementar foram mais de R\$ 200 bilhões, quase o dobro do orçamento do Ministério da Saúde antes da pandemia”, destaca Dyogo.

Na carteira de automóvel, continua exemplificando, as indenizações somaram R\$ 22 bilhões, o suficiente para a compra de 380 mil veículos populares, ou seja, 20% da produção nacional. Desde a eclosão da pandemia, as seguradoras, de forma voluntária, pagaram quase R\$ 7 bilhões por mortes decorrentes da Covid.

Ainda consta da lista de prioridades da nova gestão da CNseg, aumentar a penetração do seguro, que passa pela redução dos custos operacionais e regulatórios, além de uma flexibilização da regulação que possibilite a criação de produtos mais baratos e mais adaptados a realidades específicas.

Dyogo Oliveira e Roberto Santos mostram-se confiantes de que o papel estratégico do seguro na economia continuará crescendo, como consequência da própria evolução do setor, que este ano, conforme previsão da Confederação, deve ficar entre 13% e 15%.

Posse em São Paulo

Dyogo Oliveira e Roberto Santos tomaram posse nos novos cargos em cerimônia realizada, no dia 26 de abril, em São Paulo, que contou com a participação de autoridades governamentais e parlamentares, executivos do mercado de seguros e demais convidados.

Na ocasião, também foram empossados os novos membros dos conselhos da confederação e das diretorias das federações que integram a CNseg, respondendo por suas presidências nos próximos três anos Antonio Trindade (FenSeg), Edson Franco (FenaPrevi), Manoel Peres (FenaSaúde) e Marcelo Farinha (FenaCap).

(Fonte: CNseg)

APLICATIVO
EXCLUSIVO
DA HDI

MAIS AGILIDADE AOS CORRETORES

O app exclusivo para o corretor disponibiliza funcionalidades interativas que otimizam o cotidiano do profissional e permitem agilizar a resposta aos segurados



Eduardo Dal Ri,
CEO da
HDI

“Esse aplicativo direcionado exclusivamente ao corretor é mais uma iniciativa da empresa para adotar, cada vez mais, a tecnologia a favor do trabalho, proporcionando comodidade e agilidade aos nossos parceiros e clientes”

Eduardo Dal Ri, CEO da HDI Seguros

Mais praticidade e agilidade estão presentes no dia a dia dos profissionais que utilizam o app HDI Corretor, desenvolvido pela HDI Seguros especialmente para os corretores. A ferramenta auxilia os profissionais na gestão de tarefas diárias, que são organizadas numa matriz de tempo, estabelecendo prioridades.

O app também reúne informações que geram insights para os profissionais, contribuindo para as tomadas de decisão do seu cotidiano. As tarefas da página inicial propiciam uma visão de calendário para o usuário e suas principais interações ficam registradas. O corretor conta ainda com outros recursos, como fácil consulta a propostas dos segurados, acesso à carteirinha de cada cliente, compartilhamento de suas informações com o segurado, chat integrado ao WhatsApp, lista de apólices contratadas e recebimento de sugestões de ofertas para enviar aos clientes.

Disponível para smartphones com sistemas iOS e Android, o aplicativo possui uma interface moderna e intuitiva, na qual o corretor pode consultar todas as informações sobre sua carteira de clientes, tendo acesso rápido à seguradora e ao segurado.

“Esse aplicativo criado exclusivamente para o corretor é mais uma iniciativa da empresa, seguindo a nossa estratégia de inovação, para adotar cada vez mais a tecnologia a favor do trabalho, proporcionando comodidade e agilidade aos nossos parceiros e clientes.



A atual versão da ferramenta tem usabilidade e layout adaptados para atender plenamente às necessidades dos corretores. Na palma da mão, eles conseguem realizar cotações, acompanhar os sinistros, além de terem acesso a outras funções que os ajudam a controlar o seu negócio no dia a dia”, enfatiza Eduardo Dal Ri, CEO da HDI Seguros.

Em um mundo onde a tecnologia é cada vez mais abundante, a HDI Seguros vem se modernizando internamente, procurando atuar como uma empresa Humana, Digital e Inovadora para apoiar fortemente a sua carteira de aproximadamente 30 mil corretores ativos em todo o Brasil. “Nesse cenário, o app HDI Corretor realmente se destaca em nossa comunicação com os nossos parceiros de forma muito eficaz”, finaliza o CEO da HDI Seguros.



Allianz Vida.

Para seu cliente aproveitar o hoje e **proteger o amanhã.**

Seu cliente tem muitas razões para contratar um seguro de vida e você tem muitas razões para oferecer um Allianz Vida.

São muitos benefícios para o seu cliente e para você:



Vigência de 5 anos com renovação automática por **mais 5 anos.**



Cotação simples e rápida pelo Allianznet.



Desconto progressivo para o cliente na contratação de novos produtos Allianz.

Fale sobre o Allianz Vida com seu cliente.



Nilton Molina, presidente do Conselho de Administração da MAG Seguros

Dia Continental do Seguro

SÃO INÚMERAS AS OPORTUNIDADES PARA OS CORRETORES NO RAMO DE VIDA

“O mercado de seguros vem se consolidando nos últimos anos como um dos setores mais promissores da economia nacional, com crescimento anual consistente, quase sempre na faixa de dois dígitos. No caso do seguro de pessoas, de acordo com a Superintendência de Seguros Privados (Susep), o volume de prêmios registrou R\$ 50,8 bilhões (sem considerar VGBL) no acumulado de 2021, com alta de 12,4%. O grande destaque foi o seguro de vida individual, que registrou crescimento de 17,4% no mesmo período.

Pela primeira vez na história do setor, em 2017, o seguro de vida (sem considerar PGBL e VGBL) ultrapassou em arrecadação o que até então era o maior ramo do mercado – o de automóveis –, cenário este que continua acontecendo ano após ano.

Mas, afinal, o que isso significa? A resposta é muito simples: já está mais do que na hora do corretor de seguros de automóveis ampliar os seus horizontes de produtos e negócios. A tendência, no entanto, aponta para um ramo promissor e que foi impulsionado pela pandemia: o de vida. Esta minha afirmação é corroborada por estudos realizados por consultorias renomadas, como a Bain&Company, que apontou crescimento da demanda por seguro de vida durante a pandemia e no pós-pandemia.

Também devemos acrescentar neste contexto os resultados de pesquisa recente encomendada pela FenaPrevi e realizada pelo Instituto Datafolha, que apontou que apenas 17% dos entrevistados afirmaram

contar com um seguro de vida com cobertura de morte e apenas 9% têm proteção para o caso de invalidez.

Apenas estes dois números já revelam o grande oceano de oportunidades que os corretores brasileiros têm à sua frente. Sobretudo quando falamos daqueles que atuam tradicionalmente com automóveis, devo acrescentar um tesouro que eles têm nas mãos: a sua carteira de clientes, que sem dúvida poderá proporcionar ao corretor a realização de venda complementar, agora, com um novo produto e que trará ainda mais ganhos pela sua característica de recorrência.

O mercado de vida passou por uma forte modernização nos últimos 20 anos, trazendo coberturas que estão cada vez mais aderentes às demandas da população brasileira. Na MAG Seguros, por exemplo, foram lançados mais de 30 produtos apenas nos últimos dois anos, para proporcionar mais e melhores negócios aos nossos corretores parceiros.

A companhia, que se orgulha de sua história de mais de 185 anos, também tem duas grandes vocações: formar profissionais e ser inovadora, características estas que, sem dúvida, contribuem para que cada vez mais novos corretores possam ingressar no ramo de vida para ampliar os seus ganhos com todo o suporte da mais longa seguradora especialista. A expectativa para o futuro é positiva, pois, também segundo a pesquisa da FenaPrevi, mais da metade dos entrevistados têm a intenção de contratar um seguro de vida em 2022. Este é o momento”.

SEGURO ATENTO À AGENDA ASG

“Os negócios e a sinistralidade serão impactados se os fatores sociais e ambientais não estiverem integrados à estratégia da empresa. A forma tradicional de subscrever um risco precisa ser ampliada para uma visão 360^o, que permeia todo um ecossistema de riscos que ainda não são explorados pelas empresas”

Fátima Lima,
presidente da
Comissão de
Integração ASG
da CNseg



A percepção da indústria de seguros a respeito das influências das variações climáticas do planeta na estratégia dos seus negócios não começou “agora”, no século 21, mas há quase 50 anos, em 1973, quando um alerta do setor ressegurador associou um aumento dos sinistros relacionados a enchentes a alterações no clima da Terra.

A informação – que consta na sexta edição (2020) do Relatório de Sustentabilidade do Setor de Seguros da Confederação Nacional das Seguradoras (CNseg) – pode ser vista como uma breve citação dentro das 106 páginas do documento, mas é uma evidência sutil sobre há quanto tempo a questão climática faz parte da agenda ambiental do Seguro. “Muitas seguradoras vêm se estruturando para lidar com as questões ambientais, sociais e de governança, mantendo-se atentas à agenda ASG”, salienta Fátima Lima, presidente da Comissão de Integração ASG da CNseg e diretora de Sustentabilidade da Mapfre Seguros.

Embora a discussão sobre a importância das ações ASG já faça parte do dia a dia das corporações brasileiras, uma pesquisa recente indica que ainda há um longo caminho a percorrer. Realizada pela BeOn ESG Strategies, a “Maturidade social, ambiental e de governança nas grandes empresas brasileiras” (setembro de 2021), ouviu 401 empresários sobre a agenda ASG nas organizações. Na pesquisa, 66% disseram não possuir estrutura formal de governança da sustentabilidade/ESG.

Fátima Lima avalia que o setor de seguros brasileiro “está mais maduro do que a média apresentada pela pesquisa”, citando os indicadores do relatório da CNseg, com abrangência de 85,7% de representatividade do mercado. De acordo com o documento: 90,5% dos pesquisados disseram integrar questões ASG na estratégia da organização.

Susep prepara normativo ASG - O seguro, diz a executiva, tem atuado proativamente, ao lado de clientes, reguladores e mercado financeiro “na busca pela mitigação dos impactos causados por aspectos ambientais, climáticos, sociais, reputacionais e de governança.” Um normativo será publicado pela Superintendência de Seguros Privados (Susep) e definirá parâmetros básicos para a integração da agenda ASG no setor.

A questão das mudanças climáticas é percebida como “uma das grandes ameaças para o setor”. Outro desafio é entender como os temas ambientais, sociais e de governança podem ser integrados no processo de análise e subscrição de riscos, na regulação de sinistros, gestão de salvados e na inovação para criar oportunidades ASG em produtos e serviços.

“Os negócios e a sinistralidade serão impactados se os fatores sociais e ambientais não estiverem integrados à estratégia da empresa. A forma tradicional de subscrever um risco precisa ser ampliada para uma visão 360^o, que permeia todo um ecossistema de riscos que ainda não são explorados pelas empresas”, observa.

SULAMÉRICA CONCLUI AQUISIÇÃO DA SOMPO SAÚDE

A transação, ocorrida no dia 1º de junho, no valor de R\$ 217 milhões, agrega 116 mil beneficiários à carteira da SulAmérica.

A aquisição da Somo Saúde reforça o posicionamento estratégico da SulAmérica focado na saúde integral dos seus beneficiários, clientes e corretores, fortalecendo também sua posição e relevância na cidade de São Paulo e região metropolitana.

A Somo Saúde, seguradora controlada pela Somo Seguros, subsidiária do Grupo Somo, um dos maiores grupos seguradores do Japão e do mundo, atua há mais de 130 anos no mercado e conta com forte presença no Estado de São Paulo.

SINISTRALIDADE MÉDICO-HOSPITALAR EM 2021 BATE RECORDE

A taxa de sinistralidade dos planos de saúde médico-hospitalares em 2021 chegou a 86%, a maior desde 2001, quando o índice começou a ser divulgado pela Agência Nacional de Saúde Suplementar (ANS). A sinistralidade é um dos mais importantes indicadores da saúde suplementar. Ela mostra a relação entre as contraprestações (receita) das operadoras, frente aos pagamentos (uso dos planos para exames, consultas, internações, medicamentos e cirurgias).

Na prática, a cada R\$ 100 reais dos custos das operadoras de saúde em 2021, R\$ 86 foram destinados ao pagamento de despesas assistenciais. Os dados foram divulgados recentemente pela ANS.

PROGRAMA DE GESTANTE DA BRADESCO CRESCE 25% EM 2021

Com esse aumento, o programa chega à marca de quase 9 mil gestantes atendidas. O programa, criado em 2010, oferece suporte completo às gestantes, do pré-natal aos cuidados pós-parto, além de promover medidas preventivas e educativas, visando a gestação saudável. De acordo com a Organização Pan-Americana da Saúde (OPAS), todos os dias, mais de 800 mulheres, no mundo, chegam a óbito por causas evitáveis relacionadas à gestação e ao parto.

“A prevenção é um dos principais pilares da Bradesco Saúde, e foi pensando nisso e nas necessidades únicas das gestantes que o programa foi criado”, diz Maria Beatriz Padilha, superintendente executiva da Bradesco Saúde.



AMIL LANÇA PERFIL NO INSTAGRAM DEDICADO AOS CORRETORES

A Amil lançou em maio, no Instagram, o perfil Amil Corretores (@amilcorretores).

O objetivo da ação é oferecer mais um canal exclusivo de contato da empresa com os representantes de vendas, onde eles poderão encontrar notícias, dicas, informações sobre eventos e promoções que os deixarão atualizados sobre tudo que ocorre na Amil e que é relevante para o dia a dia deles.

“A rotina de nossos corretores é bastante dinâmica e o perfil no Instagram é mais uma ferramenta para apoiá-los, assim como o Kit Corretor Amil, o Conexão Amil Corretores e o Comunica Amil. Acompanhando o perfil no Instagram, eles terão acesso a todas as novidades na tela de seu telefone celular, no formato da rede social, de forma ágil e eficiente. E poderão compartilhar e acompanhar as publicações dos demais corretores de todo o Brasil. Iremos compartilhar essas publicações sempre que formos marcados com o @amilcorretores”, afirma Luiz Periard, diretor de Marketing da Amil.

SULAMÉRICA LANÇA INSTITUTO PARA PROMOVER ACESSO À **SAÚDE INTEGRAL**

Com o propósito de promover a saúde integral para todos e todas, o Grupo SulAmérica lançou, em abril, a sua organização social sem fins lucrativos: o Instituto SulAmérica. O objetivo é possibilitar o acesso de pessoas em situação de vulnerabilidade social a informações e serviços de cuidado da saúde emocional, física e financeira, além de gerar conhecimento técnico para a sociedade.

Inicialmente, o instituto atuará a partir do pilar da saúde emocional, que vem apresentando dados alarmantes de agravamento na população. Um levantamento da Organização Mundial da Saúde (OMS) de 2017 indica que o Brasil é o país com a maior taxa de ansiedade do mundo, atingindo quase 20 milhões de pessoas, o que corresponde a 9,3% da população. O cenário é ainda mais preocupante ao olharmos para grupos em situação de vulnerabilidade social, para os quais a taxa atinge cerca de 36% dos adultos moradores de comunidades no país.

“O Instituto SulAmérica foi criado para levar saúde integral para um maior número de pessoas. E, para nós, cuidar da saúde integral é ter mente, corpo e bolso em equilíbrio. As nossas ações começarão pela promoção da saúde emocional, normalizando a discussão sobre o tema e apoiando o diagnóstico e tratamento de transtornos como ansiedade e depressão, com meta de impactarmos 150 mil vidas em cinco anos”, afirma Luiz Pires, diretor-executivo do Instituto.

O Instituto nasce como embaixador da iniciativa #MenteEmFoco, projeto da Rede Brasil do Pacto Global da ONU, do qual a SulAmérica é signatária. Lançado em 2021, convida empresas e instituições a adotarem

Instituto SulAmérica, que não tem fins lucrativos, nasce com a missão de impactar 150 mil pessoas em situação de vulnerabilidade social em cinco anos



Luiz Pires,
diretor-executivo
do Instituto

institut
SulAmérica

compromissos concretos pela saúde da mente, sendo um dos maiores movimentos de promoção da saúde mental do Brasil.

“Ainda existe um grande estigma em relação à depressão. Fazer parte de um pacto com a ONU nesse sentido potencializa nossos esforços para conscientização sobre o tema, além de promover a capacitação de profissionais no diagnóstico e tratamento de questões relacionadas à saúde emocional”, comenta Luiz.

Mantido pelo Grupo SulAmérica, o instituto tem independência operacional e conselho deliberativo próprio. O compromisso de impactar 150 mil vidas em cinco anos está firmado oficialmente, por meio da última emissão de debêntures do Grupo SulAmérica, que foi uma captação do tipo Sustainability-Linked Bond.

Apoio à população atingida por fortes chuvas no Rio de Janeiro

Antes mesmo do lançamento oficial, o Instituto já desenvolveu uma primeira ação direta de impacto social em Petrópolis, Angra dos Reis e Paraty, no Rio de Janeiro. Em conjunto com a Docway, startup de telemedicina da SulAmérica, a organização passou a oferecer atendimentos médicos e psicológicos online e gratuitos a moradores da região, atingida pelas fortes chuvas.

Para conhecer mais, acesse www.institutosulamerica.org.br.

MAG SEGUROS APONTA TENDÊNCIAS TECNOLÓGICAS



Especialistas da seguradora que participaram da edição do podcast Talks Inovação que debateu o tema “Tendências para 2022: como trazê-las para nossa realidade”, apontaram três ondas tecnológicas que o mercado deve ficar de olho: (1) Internet das Coisas (IoT); (2) Open Insurance, que vem a ser um conjunto de regras e procedimentos que permitem criar um mercado aberto de seguros; e (3) NFTs e metaverso.

TOKIO MARINE: NOVOS COTADORES ONLINE PARA FACILITAR A VIDA DO CORRETOR



Sempre atenta à inovação e aos avanços tecnológicos, a Tokio Marine já lançou, este ano, novos cotadores online para riscos cibernéticos, seguro E&O - Responsabilidade Civil Profissional, seguro de Transportes e seguro Residencial. As novas ferramen-

tas têm como finalidade tornar o processo de cotação mais simples e ágil, permitindo que os corretores de seguros possam ampliar seu leque de negócios.

Uma outra novidade é que o produto Tokio Marine Riscos Digitais passou a se chamar Tokio Marine Riscos Cibernéticos. A mudança ocorreu de forma estratégica, tendo em vista uma comunicação mais assertiva com o consumidor desse produto, que foi lançado, originalmente, em 2019, em função do grande número de ataques cibernéticos que ocorrem no Brasil. O produto é focado em atender especialmente ao segmento de pequenas e médias empresas (PME), uma vez que as grandes corporações costumam ter estruturas de TI mais robustas.

PLATAFORMA DE SUCESSO PROCURA SÓCIO NO BRASIL. QUEM SE HABILITA?

Criada por uma brasileira radicada na Alemanha para unir setores ambientais e de energia da Europa e do Brasil, a Ambiental Mercantil cresceu 250%, em 2021, e quer, agora, expandir seu negócio no país.

“Como empreendedora, desde o início, meus valores foram criar uma marca com compromisso ambiental real, através de um trabalho confiável e sério. Não quero empréstimo, não busco “anjos” nem investidores. Quero um sócio (PF ou PJ) que acredite no trabalho e que compreenda o conceito e todo o potencial da Ambiental Mercantil”, afirma Simone Horvatin, jornalista e idealizadora da Ambiental Mercantil



Simone Horvatin, da Ambiental Mercantil

CRESCIMENTO DAS VENDAS DE COMPUTADORES IMPULSIONA BUSCA POR SEGUROS

O estudo IDC Brazil PCs Tracker 2021 revelou que 8,7 milhões de computadores pessoais foram comercializados no ano passado, um crescimento de 37% em comparação a 2020. O varejo foi responsável pelo maior volume de vendas, com 5,1 milhões de máquinas comercializadas.

O desempenho do setor, somado a elevação dos preços dos computadores - que sofreram um reajuste médio de 18% - animaram o mercado de seguros. O aumento da demanda por apólices que protegem desktops, notebooks, monitores, fones, teclados e mouses já está sendo sentida por alguns *players* do mercado.

Corretor, prepare-se para o mercado com a Universeg.

Conte com a plataforma de treinamento pensada especialmente para ampliar seus conhecimentos e prepará-lo ainda mais para os desafios do mercado.

universeg

Acesse* e confira:



*Acesso exclusivo para Corretores credenciados à Bradesco Seguros.

Acesse também o Instagram da Bradesco Seguros para Corretores. [@comvocecorretor](#)



bradesco
seguros

Com Você. Sempre.

DEMANDA POR SEGUROS DE AUTOMÓVEIS CRESCE 33,3% EM MARÇO



A demanda por seguros de automóveis registrou alta de 33,3% em março deste ano sobre 2021, conforme revela o Índice Neurotech de Demanda por Seguros (INDS), com destaque para os estados de São Paulo (33,33%), Paraná (32,47%) e Rio Grande do Sul (32,43%).

Dados da Fenabrave indicam que a comercialização de carros, comerciais leves, caminhões e

ônibus novos no Brasil em março na comparação com fevereiro, mês mais curto, avançou 10,95%. Em relação a igual mês do ano passado, porém, houve queda de 22,5%. Mesmo assim, a entidade manteve suas projeções divulgadas em janeiro para 2022. Com isso, segue esperando que as vendas de carros e comerciais leves este ano subam 4,4%, para 2,06 milhões de unidades.

PANDEMIA FAVORECE SEGURO RESIDENCIAL

Uma pesquisa liderada pelo Google apontou que o extenso período em casa influenciou os cuidados com o lar e os hábitos de consumo no último ano. Segundo o levantamento, 42% dos brasileiros acreditam que, com a chegada da pandemia, passaram a dar mais valor e se conectar mais com seus lares, e essa tendência deve permanecer: 57% afirmam que, mesmo quando essa situação passar, a casa continuará como uma prioridade e receberá mais investimentos.

Esse novo comportamento teve reflexos diretos na contratação do seguro residencial. De acordo com dados da Confederação Nacional das Seguradoras (CNseg), o segmento cresceu 16,9% até agosto de 2021, em comparação com o mesmo período de 2020.



DICAS DA HDI SEGUROS

No mês em que se reforça a importância da conscientização e prudência dos motoristas no trânsito, principalmente em momentos de imprevistos, a HDI chamou a atenção dos condutores para a necessidade de se estar preparado para eles, com o pneu furado, pane elétrica e superaquecimento do motor. E deu dicas sobre alguns dos principais itens que todo condutor deve manter em seu carro para momentos de emergên-

cia: cabo de carga para bateria, lanterna, kit de ferramentas básicas (alicate, chaves de fenda, chaves Philips, chave de rodas, macaco, um par de luvas grossas e fita isolante); água, carregador de celular e kit de primeiros socorros (gazes/bandagens, algodão, tesoura, luvas descartáveis, soro fisiológico, álcool, medicações básicas, analgésicos e antitérmicos, como dipirona e ibuprofeno).

FENACOR EMPOSSA NOVA DIRETORIA

Eleita para o quadriênio, 2022/2026, a nova diretoria da Fenacor, liderada por Armando Vergilio (na foto, à direita), tomou posse no dia 31 de maio, em solenidade concorrida, realizada em Brasília, que reuniu diversos senadores, deputados federais, um governador, o alto comando da Susep e todas as principais lideranças do mercado de seguros.

Na ocasião, o presidente reeleito da Federação pediu a união do setor e o apoio de lideranças políticas presentes para as demandas do mercado e disse que os corretores estão aptos e plenamente capacitados para levar proteção e garantir que a sociedade tenha acesso à tranquilidade que o seguro entrega.

“Temos as principais ferramentas para cumprir essa missão. Primeiro, porque somos os maiores investidores institucionais deste país, com reservas que ultrapassam a marca de R\$ 1 trilhão. Além disso, oferecemos todas as garantias e proteções necessárias para os investimentos, a conclusão das



grandes obras, para o amparo à saúde e à vida da população e à formação de reservas previdenciárias que possam garantir um futuro tranquilo para todos.

Contudo, Vergilio alertou que ainda é necessário fazer “urgente-

mente” algumas correções e “destruir algumas maldades feitas nos últimos dois ou três anos”. Citou como exemplo a reestruturação da Susep e a necessidade de salvar o DPVAT, “o maior seguro social do mundo”.

MERCADO DE LUXO: NOVO FILÃO PARA O SEGURO



O Sindicato das Seguradoras do Rio de Janeiro e Espírito Santos (Sindiseg-RJ/ES) fez um gol de placa ao publicar este post em sua página no LinkedIn.

BOLSA DE MARCA | Bens de alto valor, também conhecidos como bens de luxo, podem ter uma apólice personalizada com garantias predeterminadas por muitas seguradoras. Bolsas das marcas Prada, Fendi, Marc Jacobs e Hermès, podem custar até R\$ 500.000,00. Esses e outros itens podem e devem ser assegurados. Fale com o seu corretor e descubra uma ampla gama de garantias dadas pelo seguro ao seu bem.

O mercado de luxo foi um dos setores que não parou e não apresentou retração durante os dois primeiros anos de pandemia. Segundo pesquisa realizada pela Brazilian Luxury Travel Association (BLTA) junto a suas empresas associadas, o segmento cresceu quase 48% em 2021, quando comparado com 2019.



**INSCRIÇÕES PRORROGADAS
PARA 31.08.2022**

Inscreva-se em:
premiosusep.susep.gov.br

1º PRÊMIO SUSEP

Estudantes e pesquisadores
Confirmam o regulamento e participam

1º PRÊMIO SUSEP DE PESQUISA EM SEGUROS

Até o dia 31 de agosto é possível fazer inscrição para o 1º Prêmio Susep de Pesquisa em Seguros. A premiação é uma realização da Susep, em parceria com a Fundação Getulio Vargas (FGV), Confederação Nacional das Seguradoras (CNseg), Federação Nacional das Empresas de Seguros Privados, de Capitalização e de Previdência Complementar Aberta (Fenaseg) e o Instituto de Ensino e Pesquisa (Insper), com o objetivo de promover a educação securitária no país. Ao todo, serão distribuídos R\$ 65 mil reais em premiação para os trabalhos vencedores que tenham como tema o setor de seguros, resseguros, previdência complementar aberta ou capitalização.

O prêmio é dividido em duas categorias: pesquisa científica e trabalhos de graduação. Os interessados em participar devem apresentar trabalhos

inéditos, não publicados em livros ou revistas científicas e também que ainda não tenham sido premiados. A avaliação será feita por uma banca avaliadora composta por 16 membros acadêmicos ou especialistas em áreas de conhecimento relativas ou correlatas ao tema, indicados pela Susep, CNseg, Fenaseg, FGV e Insper.

Premiação

As premiações para os trabalhos inscritos na categoria pesquisa científica serão de R\$ 25.000, R\$ 12.500 e R\$ 6.250 para o primeiro, segundo e terceiro lugares, respectivamente. Já os trabalhos de graduação que forem contemplados receberão prêmios de R\$ 12.500, R\$ 6.250 e R\$ 3.125, respectivamente, para o primeiro, segundo e terceiro lugares.

CAMPANHA DE VENDAS “ALLIADOZ” LEVARÁ VENCEDORES À ESPANHA

Este ano, a Allianz Seguros ampliou as oportunidades de premiações da sua campanha de vendas para corretores AlliadoZ e vai priorizar a diversificação. Em cada semestre, 150 corretores serão contemplados com vouchers de R\$ 2.500 que poderão ser trocados por produtos, serviços, cursos e experiências nas principais plataformas de e-commerce e marcas. Além disso, os 50 melhores corretores do ranking ganharão uma viagem com roteiro exclusivo para a



Espanha (Madri e Sevilha), com direito a levar um acompanhante.

Os corretores têm a possibilidade de pontuar em várias linhas de negócios, como Automóvel, Vida, Massificados, Saúde e Linhas Corporativas.

Além de aceleradores, a participação do corretor em treinamentos presenciais e online também ampliam as vantagens. O período de pontuação da AlliadoZ vai até 31 de dezembro de 2022.



GURU DE SEGUROS, PRIMEIRA ASSISTENTE DE VOZ DO MERCADO

A Sistran Informática, em parceria de conteúdo educacional com a Escola de Negócios e Seguros (ENS), lançou a Guru de Seguros, aplicação para Alexa que explora recursos de inteligência artificial da Amazon/AWS.

O novo produto, inicialmente, vai explicar e tirar dúvidas sobre as diversas modalidades de seguros, de forma rápida e eficaz, usando comandos em linguagem natural, como numa conversa.

Com um simples coman-

do de voz, o usuário pode entender como funcionam as regras dos diferentes tipos de seguros, comparar produtos e receber notícias sobre o mercado, entre outras interações específicas e técnicas. O acesso ao conteúdo é totalmente gratuito, para o usuário final.

O projeto envolveu investimentos aproximados de R\$ 5,5 milhões, com expectativa de gerar receita superior a R\$ 15 milhões (por meio de patrocínios e outras fontes) até o fim de 2023.

DADOS, PERSONALIZAÇÃO E FLEXIBILIDADE SÃO APOSTAS PARA 2022

A geração de valor por meio de dados, personalização e experiência do cliente, adaptação e flexibilidade ao novo tipo de consumidor, que está mais exigente após a pandemia, serão algumas das tendências que irão estrear nos próximos meses, conforme aponta pesquisa da TENERITY, líder mundial em estratégias de fidelidade e especialista em fidelidade lucrativa.

“O desafio para as seguradoras é manter uma comunicação fluida com os clientes que dure ao longo do tempo além de momentos específicos, como a renovação da apólice ou o relatório de sinistros. Dados, programas de fidelidade e experiências personalizadas do cliente são colocados a serviço das seguradoras para melhorar o relacionamento que têm com seus segurados”, diz Eduardo Esparza, vice-presidente geral da TENERITY na Espanha e Brasil.

LIVRO SOBRE OS 200 ANOS DA INDEPENDÊNCIA DO BRASIL TRAZ OS MARCOS DO SEGURO



Lançado no dia 16 de maio, pela Escola de Negócios e Seguros (ENS), a publicação “Demografia e Economia nos 200 anos da Independência do Brasil e cenário para o século XXI” aborda mudanças demográficas no país e na organização da economia, com destaque para os marcos do setor de seguros ao longo do período.

A edição pretende colaborar para a reflexão sobre a história brasileira, dando ênfase às questões demográficas, desigualdades de gênero e aumento das taxas de participação do sexo feminino no mercado de trabalho e envelhecimento populacional. Este último tema deve ser a principal característica demográfica do século XXI.

ASSOCIADAS DA ACONSEG-RJ RECEBERÃO LIVRO COM BIOGRAFIA DE OSMAR BERTACINI



Cada uma das assessorias da Aconseg-RJ terá oportunidade de conhecer a trajetória deste ícone do mercado de seguros, através da obra “... e para quem não me conhece... meu nome é Osmar Bertacini. A trajetória de um ícone do mercado de seguros”, do jornalista Carlos Alberto Pacheco

Em 2018, quando comemoramos os 20 anos da Aconseg-RJ, prestamos uma homenagem a Bertacini, em almoço realizado nas belas instalações do Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro. Ele ficou bastante emocionado, conta o

presidente na época, Luiz Philipe Baeta Neves, hoje diretor financeiro da entidade, complementando:

— “O seguro de vida no Brasil deve muito a Osmar Bertacini. Muitos de nós aprendemos com este mestre, que era

um gentleman também. Seus ensinamentos e vasto conhecimento foram decisivos para alavancar este segmento tão importante. A sua história será preservada entre nós através desta obra para que a sua vasta experiência profissional e de vida fique entre nós como um exemplo a ser seguido”, conclui Baeta Neves.

O livro – A obra do premiado jornalista Carlos Pacheco, editor da revista Insurance Corp, foi concluída em janeiro de 2020, pela Editora Incremento, e contou com a valiosa colaboração das jornalistas Márcia Kovacs e Márcia Alves. Ele relata que “narrar a trajetória desta ‘lenda viva do mercado’ foi uma experiência fascinante, além de um enorme privilégio”.

E conclui: “O livro é um reconhecimento à trajetória vitoriosa de Osmar, mas com o seu falecimento, em janeiro de 2019, também se tornou uma obra póstuma. Enfim, sua memória está eternizada.”

Osmar Bertacini (E) recebeu homenagem especial no aniversário de 20 anos da Aconseg-RJ das mãos do presidente da entidade na época, Luiz Philipe Baeta Neves



LIDERANÇAS DAS AMÉRICAS JOGAM LUZES NO SETOR AGRÍCOLA

“Precisamos trabalhar agora e de maneira coletiva para pavimentar o caminho que permita aprofundar a transformação dos nossos sistemas agroalimentares de maneira sustentável nos próximos anos”, Manuel Otero, diretor geral do IICA

Convocados pelo Instituto Interamericano de Cooperação para a Agricultura (IICA), ministros, secretários e altos funcionários, representando 32 países, participaram, no dia 31 de maio, na antessala da Cúpula das Américas, em Los Angeles, da Reunião das Américas sobre Mudança do Clima e Agricultura, que teve como objetivo fortalecer o perfil do setor agropecuário nas discussões globais sobre mudança do clima.



Todos concordaram em que o atual cenário de crises superpostas – pandemia da Covid-19, conflito bélico na Europa e mudança do clima – representa uma ameaça para a segurança alimentar, e reconheceram a necessidade de se dispor de apoio e cooperação técnica internacionais por intermédio do IICA.

O encontro resultou na aprovação da declaração “A caminho da Cúpula das Américas 2022 e para além”. O documento indica que as atuais condições globais aumentaram a conscientização sobre a fragilidade da segurança alimentar e nutricional no plano global e sobre a necessidade de maior produtividade agrícola sustentável, sobretudo em razão dos crescentes riscos climáticos.

O secretário brasileiro, Jean Marcel Fernandes, fez a seguinte observação: “Temos múltiplas crises globais superpostas. Então, é mais importante que nunca a unidade da nossa região para construirmos um futuro com inclusão social, resiliência e preservação do ambiente”.

“Estamos em um tempo crucial para a agricultura e a segurança alimentar, expostas a uma superposição de crises diversas que as coloca no topo da agenda global... Precisamos trabalhar agora e de maneira coletiva para pavimentar o caminho que permita aprofundar a transformação dos nossos sistemas agroalimentares de maneira sustentável nos próximos anos”, afirmou Manuel Otero, presidente do Instituto Interamericano de Cooperação para a Agricultura (IICA).

No Brasil, mãos à obra

A Confederação Nacional das Seguradoras (CNseg) promoveu, em 22 de junho o seminário “Clima: Monitoramento de Dados e Gestão de Riscos”. O evento, que reuniu executivos do setor e teve como convidado o presidente do INMET (Instituto Nacional de Meteorologia), Paulo Costa, abordou as possíveis consequências econômicas das mudanças climáticas e as ações que podem ser adotadas pelo mercado para aprimorar a gestão dos riscos. Cerca de 86% das seguradoras já consideram questões ambientais, sociais e de governança nos seus processos de atuação

Parceria – No dia seguinte ao evento, a CNseg firmou parceria

com o Inmet para a divulgação de alertas sobre a previsão de ocorrência de eventos severos do clima em território brasileiro e, dessa forma, contribuir para a mitigação de seus impactos.

O portal da CNseg, a partir de agora, disponibiliza um banner com link para a página Alert-AS, do Inmet, que permite acompanhar esse tipo de aviso para o Brasil. Assim, quando o Inmet lançar um alerta vermelho referente a expectativas de desastres naturais de grandes proporções, a exemplo do que ocorreu recentemente em Petrópolis e Recife, ele será divulgado com destaque no portal da Confederação, por meio de um pop-up.

PRÊMIO DE JORNALISMO TEM NOVO PRAZO PARA INSCRIÇÕES

Nova data limite é 15 de julho e premiação total será de R\$ 120 mil

A Escola de Negócios e Seguros (ENS) divulgou três novidades sobre o VI Prêmio Nacional de Jornalismo em Seguros, do qual é organizadora. A primeira é uma boa notícia para os jornalistas que perderam o prazo limite inicial para inscrições (31 de maio). A organização do Prêmio decidiu prorrogar o período por 45 dias e, assim, a nova data limite é 15 de julho.

O segundo destaque é a nomeação do jornalista Carlos Alberto Sardenberg como embaixador do Prêmio. Especialista na área econômica, Sardenberg já atuou como repórter, redator e editor em diversos jornais, entre eles O Estado de S. Paulo, Folha de S. Paulo, Jornal do Brasil e Gazeta Mercantil.

O jornalista também trabalhou nas revistas Veja e IstoÉ, foi comentarista da TV Cultura e diretor de Jornalismo da Rede Bandeirantes. Atualmente, é âncora do programa CBN Brasil, veiculado de terça a sexta, das 12h às 14h, pela CBN, rede nacional de rádio jornalismo. Ocupa essa posição desde outubro de 2000, sendo líder de audiência. É comentarista econômico dos programas noticiosos da CBN, do Jornal das Dez (Globonews) e do Jornal da Globo (TV Globo). Participa do Em Pauta, da Globonews, e escreve coluna no jornal O Globo, às quintas-feiras.

Como embaixador, Sardenberg aju-



Carlos Alberto Sardenberg é o embaixador do VI Prêmio Nacional de Jornalismo em Seguros

dará a promover o Prêmio de Jornalismo em ações de divulgação e estará presente na cerimônia de encerramento, prevista para novembro.

A terceira novidade é a inclusão do tema Inovação no rol das categorias da premiação, integrado por Mídia Impressa, Audiovisual (incluindo Rádio e TV), Webjornalismo e Imprensa Especializada do Mercado de Seguros.

A proposta é estimular a produção de reportagens com foco em ideias originais, criativas e inovadoras, desenvolvidas por empresas que agregaram novas tecnologias e ferramentas disruptivas, a fim de proporcionar melhorias para todo o setor de seguros.

Cada categoria terá cinco finalistas, escolhidos por uma Comissão de Seleção. Serão premiados os três melhores trabalhos, eleitos pela Comissão de Julgamento. Com um total de R\$ 120 mil, a premiação está distribuída da seguinte maneira: R\$ 15 mil para o primeiro colocado, R\$ 6 mil para o segundo e R\$ 3 mil para o terceiro.

O VI Prêmio Nacional de Jornalismo em Seguros conta com o apoio institucional da Federação Nacional dos Corretores de Seguros (Fenacor) e da Confederação Nacional das Seguradoras (Cnseg). As inscrições e o regulamento completo estão disponíveis até 15 de julho no endereço premiodejornalismo.ens.edu.br.



REVISTA DA ACONSEG-RJ: A VENCEDORA DE 2018

A matéria "A força do corretor", edição número 30 (abr/mai/jun) de 2018, neste link: <https://www.aconseg-rj.com.br/revistas/no23-08-2016>, da jornalista Laíz Muniz, na época da VTN Comunicação, ganhou o primeiro lugar com votação feita por um júri seleta e votação dos próprios corretores de seguros.

SUHAI SEGURADORA: PRESENÇA CONSTANTE NO “GREAT PLACE TO WORK”

Pelo sexto ano consecutivo a SUHAI Seguradora é certificada como uma das melhores empresas para se trabalhar, em pesquisa realizada com os funcionários da companhia pela consultoria global “Great Place To Work (GPTW)”

A presença da SUHAI pela sexta vez no ranking do “Great Place To Work (GPTW)” reforça que todo o investimento que vem sendo feito em pessoas é reconhecido e apreciado pelos seus colaboradores. A estratégia está pautada pelos valores bem definidos da companhia, fornecendo aos colaboradores um ambiente acolhedor, inclusivo, integrativo e com



uma comunicação sempre transparente.

Esse reconhecimento chega em um momento em que a SUHAI se destaca por um crescimento acelerado no mercado, atendendo a uma demanda recorrente por seguros acessíveis à população e que efetivamente dá cobertura a veículos de todos os modelos, cilindradas e anos de fabricação, inclusive com modificações mecânicas e estética. A companhia, contrariando tendências e superando o número de crescimento de 24% do mercado de seguros, registrou alta de 78% no acumulado até março deste ano, mais de três vezes o total do setor.

“A SUHAI demonstra ao mercado, com atitudes e resultados, o seu compromisso em oferecer serviços e produtos competitivos e de qualidade. Nós temos orgulho de unir excelentes resultados com motivação, reconhecimento e felicidade, num ambiente acolhedor e agradável que preza pelo bem-estar dos

colaboradores, tudo isso como resultado de uma forte estratégia em gestão de pessoas”, comenta a diretora de Recursos Humanos da SUHAI Seguradora, Talita Reis.

Para a executiva, a companhia gera identificação justamente por ter nascido com o propósito de atender a todos os brasileiros. “Temos um claro propósito dentro da empresa e investimos para que todos que estejam aqui entendam esse propósito e alcancem o sucesso como um efeito colateral da dedicação a ele. Com isso, certamente já impactamos a vida de milhões de brasileiros”, afirma Talita.

Agora tem mais Suhai pra você!

Ofereça mais essa tranquilidade para os seus clientes com o RCF-V.

- Danos materiais:**
Causados aos bens de terceiros, como danos a um muro.
- Danos morais:**
A Suhai arca com os valores de eventuais processos judiciais.
- Danos corporais:**
Danos causados às vítimas, como ressarcimento de despesas médicas.

Para se cadastrar como um corretor parceiro Suhai, acesse www.suhaiseguradora.com – Área do Corretor

*Contratação de coberturas válidas somente para carros e motos.
Disponível apenas para Rio Grande do Sul, Paraná, Curitiba, São Paulo, Rio de Janeiro e Espírito Santo.

SUHAI

SEGURADORA

NÚMEROS DO MERCADO

SEGURO FECHA 1º TRIMESTRE DO ANO COM ALTA DE 15,4%

O setor segurador registrou, nos primeiros três meses do ano, receita de R\$ 82,2 bilhões (sem Saúde e DPVAT), o que representou um aumento de 15,4% em relação ao mesmo período de 2021, conforme dados divulgados pela CNseg em sua publicação Conjuntura nº 71.

O seguro rural cresceu 50,3%, com faturamento de R\$ 2,6 bilhões. O seguro de automóveis, que representa cerca de 40% da arrecadação do segmento de Danos e Responsabilidades, avançou 23,4%, atingindo R\$ 10,6 bilhões no período.

O segmento de Pessoas arrecadou R\$ 50,5 bilhões, com – incremento de 12,4% em relação ao mesmo período de 2021. No segmento de Capitalização, o faturamento no trimestre alcançou R\$ 6,7 bilhões, valor 15,9% superior ao registrado em igual período de 2021.

Vale registrar o avanço extraordinário obtido pelo seguro de viagens, de 219% em sua arrecadação, graças



à retomada de voos internacionais com a redução das restrições impostas pela maioria dos países.

Embora tenha pequena participação no setor, esse desempenho, segundo a publicação da CNseg, anima as empresas que operam esse seguro que hoje pode facilmente ser contratado por meios digitais e que tem um custo

acessível para todos os viajantes.

O segmento de seguro de Garantia Estendida foi um dos poucos segmentos a apresentar retração. Perdeu 8,3 % no trimestre. “Esse movimento certamente está impactado pela redução do poder aquisitivo do consumidor”, analisa Dyogo Oliveira, presidente da CNseg.

O executivo destaca ainda que os pagamentos de indenizações, benefícios, resgates e sorteios também registraram avanço: 34,5% (R\$ 58,7 bilhões), no trimestre. (Fonte: CNseg)



Modalidade dispara 219 % com retomada de voos internacionais.

NO RESSEGURO, IRB BRASIL RE LIDERA O TRIMESTRE COM LUCRO LÍQUIDO DE R\$ 80,5 MILHÕES

O resultado do ressegurador é 58% superior ao do primeiro trimestre de 2021. O total de prêmios emitidos pela companhia, nesse período, foi superior a R\$ 2 bilhões, alta de 4% em relação ao 1T21.

“O primeiro trimestre é um importante período de renovação de negócios para o IRB. A renovação dos contratos que desejávamos reter chegou a 86%, incluindo

o mercado doméstico e internacional. Resultado superior ao do 1T21.

Além disso, fechamos 87 novos negócios, seguindo a estratégia de subscrever riscos que tragam crescimento e rentabilidade à companhia”, afirma Daniel Veiga, vice-presidente de Danos, Responsabilidades e Riscos Especiais. (Fonte: IRB Brasil RE)

Quer estar seguro mesmo que um imprevisto interrompa as operações da empresa?



SEGUROS PATRIMONIAIS TOKIO MARINE



Proteção completa para bens,
equipamentos e operações



Soluções para geração, transmissão
e distribuição de energia renovável



Contratação fácil e rápida



Consultoria em gestão de riscos



Alta capacidade de aceitação

RESOLVE

Só os **Seguros Patrimoniais Tokio Marine**
vêm com a **Cobertura Resolvedora**. Isso significa que,
de incêndios a danos elétricos graves, eles **Resolvem**.

Tokio Marine:
a Seguradora parceira
do seu negócio.

Uma Seguradora
completa pra você
ir mais longe.



**TOKIO MARINE
SEGURADORA**

NOSSA TRANSPARÊNCIA, SUA CONFIANÇA

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