



Revista
**Previdência &
Seguros**

NOVOS TEMPOS



PREOCUPAÇÃO COM O FUTURO
LEVA AO AUMENTO DA PROCURA POR
PLANOS DE PREVIDÊNCIA PRIVADA

ANO 76 • Nº 651 • SETEMBRO/OUTUBRO DE 2016

 SINCOR-RJ

Parabéns, Corretor. E obrigado por nos ajudar a escrever a nossa história.

12 de outubro. Dia do Corretor de Seguros.
Uma homenagem da Bradesco Seguros.



Bradesco
Seguros



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



@BradescoSeguros

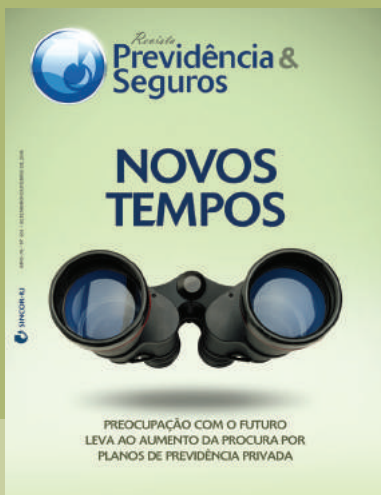


facebook.com/BradescoSeguros



Bradesco Seguros

É melhor ter.



Esta Edição

Previdência & Seguros

Uma publicação bimestral do Sindicato dos Corretores e Empresas Corretoras de Seguros, Resseguros, Vida, Capitalização e Previdência do Estado do Rio de Janeiro - Sincor-RJ • (Fundado em 5 de dezembro de 1932) • Rua dos Mercadores, 10 • Centro - Rio de Janeiro - CEP 20010-130 • Tel.: (021) 3505.5900 / Fax.: 2253.6977 • E-mail: sincorj@imagelink.com.br • site: www.sincor-rj.org.br

Diretoria Efetiva

Presidente: Henrique Jorge Duarte Brandão
Secretário Geral: José Wanderley Cavalheiro
2º Secretário Geral: Mauro Baccherini dos Santos
Diretor Financeiro: Jorge Alberto Mariano Leite
Diretor Social: Nilo Ferreira da Rocha Filho
Diretor Procurador: Ademir Fernandes Marins

Diretoria Suplente

1º Membro: Affonso d'Anzicourt e Silva
2º Membro: Carlos Alberto de Almeida Santiago
3º Membro: Emilio Rodrigues Gomes
4º Membro: Fernando Antônio Moraes Monteiro de Castro
5º Membro: Luiz Henrique da Silva Souza
6º Membro: Marcelo de Almeida Vianna Reid
7º Membro: Ozir Zimmenmann Vieira

Conselho Fiscal

1º Membro: Aldo Rodrigues de Araújo
2º Membro: Osmar Marques
3º Membro: Pedro Paulo Thimóteo

Suplentes do Conselho Fiscal

1º Membro: Erika Cristina Araújo Brandão
2º Membro: Renato dos Anjos Braga
3º Membro: Rosana Fátima Fernandes de Souza

Delegado Representante - Fenacor

Henrique Jorge Duarte Brandão

Suplente de Delegado - Fenacor

Nilson Garrido Cardoso

Delegacias Regionais

Baixada: Francisco da Silva Negreiros Filho (Rua Mal. Floriano 2190/509, Nova Iguaçu) • **Região Serrana:** Claudio Fernando Cristiano (Rua do Imperador 970/1110, Petrópolis) • **Niterói e São Gonçalo:** Daniel Carvalho dos Anjos (Av. Visconde de Sepetiba 935/1.319, Centro, Niterói)

Subdelegacias Regionais

Centro do Rio: Carlos Antônio Bezerra de Matos
Teresópolis: Adevaldo de Freitas Silva

Representações

Duque de Caxias: Márcio Vieira Guimarães • **Itaboraí:** Jorge Luiz Souza do Nascimento • **Macacé:** Marcelo de Almeida Vianna Reid • **Magé:** Carlos Pedro Egger • **Maricá:** Francisco de Sá Pinto • **Nilópolis:** Ivo Ferreira da Silva Leal • **Rio Bonito:** Márcio Lúcio Moreira Soares • **São Gonçalo:** Jefferson do Carmo Oliveira • **Três Rios:** Jonas Daniel Marques • **Volta Redonda:** Luiz Henrique S. Souza • **Campo Grande e Bangú:** Fernando Antonio M.M. de Castro • **Região dos Lagos:** Marcos Vinícius da Silva Nogueira

Redação

Coordenação editorial: VIA TEXTO
Tel. (21) 2262.5215

E-mail: viatexto@viatexto.com.br

Jornalista Responsável:

Vania Mezzonato (MTb 14.850)

Repórteres: Bianca Rocha, Fernanda Thurler, Luiz Lourenço, Francisco Luiz Noel e Olga de Mello

Projeto gráfico e diagramação: Tapioca Comunicação

Fotografias: Agência Brasil, Arquivo P&S, Freeimagens e divulgação empresas

Publicidade: Farnezi & Associados

Tel.: (21) 2548-7778 • antoniofarnezi@ig.com.br

Impressão: WalPrint Gráfica e Editora

Aumenta a procura por planos de previdência privada

A REFORMA DA PREVIDÊNCIA SOCIAL ESTÁ DESPERTANDO MAIS CONSCIÊNCIA NOS BRASILEIROS EM RELAÇÃO AO FUTURO. PROVA DISSO É O AUMENTO DA PROCURA POR PLANOS DE PREVIDÊNCIA PRIVADA NO PAÍS. DADOS DA FENAPREVI MOSTRAM AUMENTO DE 13% NO VOLUME APLICADO EM PLANOS COMO O VGBL E O PGBL, DE JANEIRO A JUNHO DESTA ANO, NA COMPARAÇÃO COM IGUAL PERÍODO DO ANO PASSADO. HÁ PRODUTOS PARA TODAS AS FAIXAS ETÁRIAS E PARA CADA TIPO DE PERFIL DE CLIENTES, O QUE ABRE UM FILÃO ENORME PARA A ATUAÇÃO DOS CORRETORES DE SEGUROS.

06

Novos produtos

POR CONTA DO ESPERADO APELO POPULAR, NOVIDADES COMO O UNIVERSAL LIFE (VIDA UNIVERSAL, EM PORTUGUÊS), SUCESSO NOS ESTADOS UNIDOS, O PREV SAÚDE E O SEGURO POPULAR DE VEÍCULOS SÃO AGUARDADOS COM OTIMISMO POR SEGURADORAS E CORRETORES – TODOS ATENTOS À EVOLUÇÃO DO TRABALHO DA SUSEP PARA TIRAR DO PAPEL AS INOVAÇÕES, QUE PROMETEM TURBINAR O SETOR.

10

Resseguradoras locais

PARA COMPARTILHAR EXPERIÊNCIAS E AUMENTAR A COMPETITIVIDADE, A AUSTRAL RESSEGUARDORA, BTG PACTUAL RESSEGUARDORA, IRB BRASIL RESSEGUROS E TERRA BRASIS RESSEGUROS CRIARAM A ASSOCIAÇÃO NACIONAL DAS RESSEGUARDADORAS LOCAIS (NA-RE). O OBJETIVO É FOMENTAR O DEBATE TÉCNICO SOBRE A INDÚSTRIA E, DE QUEBRA, MUDAR A IMAGEM DO RESSEGURO PERANTE O MERCADO DE SEGUROS.

14



Entrevista

O PRESIDENTE DA TOKIO MARINE, JOSÉ ADALBERTO FERRARA, AFIRMA QUE A INTERNET É ALIADA DO CORRETOR NA AGILIZAÇÃO DOS PROCESSOS DE ABORDAGEM COMERCIAL, REALIZAÇÃO DE NEGÓCIOS, ENTREGA DAS PROPOSTAS E AMPLIAÇÃO DA CAPILARIDADE JUNTO À BASE DE CLIENTES. ELE DIZ AINDA QUE O RIO DE JANEIRO TEM IMPORTÂNCIA ESTRATÉGICA PARA O CRESCIMENTO DA COMPANHIA.

18

II Debate Lagos

A SEGUNDA EDIÇÃO DO DEBATE LAGOS, REALIZADA PELO SINCOR-RJ, NO DIA 2 DE SETEMBRO, EM CABO FRIO, DISCUTIU O TEMA: PARA ONDE CAMINHA A INDÚSTRIA DE SEGUROS NO BRASIL? A CONJUNTURA VAI EXIGIR MAIS PROFISSIONALISMO AOS CORRETORES DE SEGUROS. O EVENTO SUPEROU AS EXPECTATIVAS DOS ORGANIZADORES, REUNINDO MAIS DE 100 PROFISSIONAIS DO SETOR.

20

Cursos para corretores

A ESCOLA NACIONAL DE SEGUROS OFERECE CURSOS TÉCNICOS DE CURTA DURAÇÃO E DE EXTENSÃO, ENTRE OUTUBRO E NOVEMBRO. OS TEMAS SÃO VARIADOS E BUSCAM APRIMORAR OS CONHECIMENTOS TEÓRICOS E PRÁTICOS DOS PROFISSIONAIS. NO DIA 18 DE OUTUBRO, POR EXEMPLO, TERÁ INÍCIO O CURSO DE COMERCIALIZAÇÃO DOS SEGUROS DE TRANSPORTES NACIONAIS TERRESTRES RCTR E RCF-DC

26



PREVIDÊNCIA & SEGUROS • Nº 651

Máquinas não sabem como proteger vidas e patrimônios

No dia 18 de setembro, um domingo, fomos surpreendidos por uma notícia publicada no caderno “Boa Chance”, do jornal O Globo, sobre um estudo realizado pela consultoria Ernst & Young, que inclui a corretagem de seguros na lista das atividades profissionais que podem deixar de existir até 2025.

No quadro que ilustra a reportagem, é informado que, no caso do mercado de seguros, “haverá a redução dos intermediários para transações e o atendimento passará a ser digitalizado”.

A conclusão peca pelo simplismo e incorre no erro de considerar as máquinas aptas a substituir um profissional em atividade que exige extrema qualificação, elevada sensibilidade e percepção aguçada para interpretar as reais necessidades de cada cliente.

Pois, não há avanço tecnológico que permita à máquina ter o necessário descortino para identificar a melhor cobertura para a vida, a saúde e o patrimônio das pessoas. Esse papel, que se reveste de uma missão social de extrema relevância, cabe ao corretor.

A experiência internacional mostra que o processo de desenvolvimento do mercado de seguros, e do pleno atendimento das necessidades de proteção e amparo da sociedade, não pode prescindir da consultoria qualificada de um corretor.

**NÃO HÁ AVANÇO
TECNOLÓGICO QUE
PERMITA À MÁQUINA
TER O NECESSÁRIO
DESCORTINO PARA
IDENTIFICAR A MELHOR
COBERTURA PARA
A VIDA, A SAÚDE E
O PATRIMÔNIO DAS
PESSOAS.**

Mesmo em países muito mais avançados em tecnologia, como o Japão, a máquina não superou o homem no processo de análise e indicação das melhores coberturas de seguros para específicas demandas apresentadas pelo consumidor.

No Brasil, onde é muito baixa a penetração do seguro, principalmente em razão do deficiente acultramento, seria extremamente perigoso deixar que as máquinas exerçam a função de principal canal de comercialização do serviço. Até porque não podemos correr o risco de espalhar coberturas inadequadas e ineficientes principalmente entre aqueles que mais precisam de amparo, as classes C, D e E.

Portanto, para termos uma sociedade mais justa, amparada e protegida, não há como abrir mão dos serviços prestados por aqueles que se prepararam a vida toda para exercer essa atividade. E que diuturnamente buscam se atualizar para poder continuar oferecendo um atendimento qualificado para os seus clientes. Tão qualificado que máquina alguma no mundo conseguiu superá-los, até agora.



*Henrique
Brandão*

PRESIDENTE

SEGUROS



publicis

Chegou a Seguros SURA, a 5ª maior
companhia de seguros da América Latina.

Quando você avança, nós avançamos com você.

Agora você pode contar com a Seguros SURA, uma seguradora com mais de 70 anos de experiência e solidez de mercado. Nós chegamos ao Brasil para acompanhar milhões de clientes que, como você, não deixam de avançar.

SURA, Seguros com Gerenciamento de Tendências e Riscos.

ARGENTINA - BRASIL - COLÔMBIA - CHILE - MÉXICO - EL SALVADOR - PANAMÁ - REPÚBLICA DOMINICANA - URUGUAI

SEGUROS SURA S.A. - CNPJ: 33.065.699/0001-27

www.segurossura.com.br

Reforma iminente aumenta procura por planos privados

POR **CICA GUEDES**

Embora o tema da reforma da Previdência Social desperte discussões apaixonadas, os brasileiros já entenderam que as mudanças virão e que é preciso se preparar para os novos tempos. Prova disso é a procura cada vez maior por planos de previdência privada. Dados da Federação Nacional de Previdência Privada e Vida, a FenaPrevi, que representa 70 seguradoras e entidades abertas de previdência complementar no país, mostram que o volume de recursos aplicados em planos abertos de caráter previdenciário – que incluem PGBL e VGBL – cresceu 13% de janeiro a junho deste ano, na comparação com igual período do ano passado. O volume de recursos aplicados atingiu R\$ 52 bilhões, enquanto no primeiro semestre de 2015 eram R\$ 46 bilhões.

Pesquisa realizada pelo Instituto Ipsos para a FenaPrevi, entre os dias 21 de julho e 4 de agosto, revelou que 54% da população já ouviram falar sobre as mudanças na Previdência Social. Porém, apenas 11% dos brasileiros consideram que sabem muito ou o suficiente sobre o assunto, o que aumenta a responsabilidade das empresas, consultores e corretores na hora de fechar uma venda.

O presidente da Federação, Edson Franco, informa que foi feita uma pes-

quisa em que se constatou que mais da metade da população do país já ouviu falar em reforma da Previdência. E mesmo diante de um cenário adverso da economia, as contribuições tiveram um desempenho positivo no primeiro semestre do ano.

“Há diferentes tipos de produtos e, por isso, é preciso atenção para escolher o plano certo. Os planos de caráter previdenciário tornam-se cada vez mais um importante mecanismo de proteção para os brasileiros que buscam constituir uma reserva de longo prazo, para usufruir uma renda no futuro”, explica.

Evolução contínua – Essa expansão da demanda, no entanto, exige uma evolução contínua em termos de produtos e canais, para que mais consumidores sejam atraídos e o mercado possa se desenvolver de forma sustentável. No caso dos planos de previdência, além de escolher o modelo de tributação que deseja – a forma que será descontado o imposto na hora do resgate – o consumidor pode optar por diferentes perfis, que vão dos mais conservadores e, portanto, com menor risco, aos que oferecem oportunidades maiores de ganho, mas com risco proporcionalmente maior.



ACERVO CNSEG

“OS PLANOS DE CARÁTER PREVIDENCIÁRIO TORNAM-SE CADA VEZ MAIS UM IMPORTANTE MECANISMO DE PROTEÇÃO PARA OS BRASILEIROS QUE BUSCAM CONSTITUIR UMA RESERVA DE LONGO PRAZO, PARA USUFRUIR UMA RENDA NO FUTURO.”

EDSON FRANCO

Os novos produtos que os brasileiros têm agora à disposição não se limitam à previdência. Os seguros de vida com resgate e apólices que cobrem riscos como doenças e afastamento temporário do trabalho também são opções para quem



quer investir em segurança no futuro e percebe que, cada vez mais, terá que buscar essa segurança fora do sistema oficial.

Para os corretores que ainda não se sentem confiantes na hora de explicar a seus clientes qual opção se enquadra melhor em seu perfil, de acordo com a idade, expectativa de ganhos e apetite por riscos, e ficam pouco à vontade em discorrer sobre fundos multimercados e outros temas do mercado financeiro, distantes dos tradicionais produtos de prateleira que compunham a cesta do mercado de seguros até há pouco tempo, é hora de rever os conceitos.

Oportunidade única – Henrique Brandão, presidente do Sincor-RJ, é taxativo ao avaliar as oportunidades que se apresentam neste momento para os corretores: nada será como antes.

“É outro mercado. É a maior oportunidade que o corretor vai ter, em todos os tempos. Há planos e produtos para todas as idades, para cada tipo de perfil, com risco maior, com risco menor. Não é mais prêt-à-porter, é sob medida, e isso exige que se conheça muito bem os produtos para adequá-los às necessidades dos clientes”, diz ele.

Para Brandão, já passou da hora de os corretores investirem em sua formação para atender aos clientes com presteza e provar para as empresas que são o canal adequado para este novo momento do mercado, que vai exigir cada vez mais especialização. Ele sugere que os corretores voltem para os bancos escolares, procurem a Funenseg, leiam, se informem, e frequentem também os cursos que as seguradoras estão oferecendo. Bradesco e Icatu, por exemplo, têm sido muito eficientes nessa preparação, segundo ele.



■ **Futuro tranquilo:** cada vez mais brasileiros buscam a proteção da previdência privada que, de janeiro a junho, cresceu 13% em relação ao mesmo período do ano passado

“É OUTRO MERCADO. É A MAIOR OPORTUNIDADE QUE O CORRETOR VAI TER, EM TODOS OS TEMPOS. HÁ PLANOS E PRODUTOS PARA TODAS AS IDADES, PARA CADA TIPO DE PERFIL, COM RISCO MAIOR, COM RISCO MENOR.”

HENRIQUE BRANDÃO

O dirigente destaca ainda a necessidade de aprovação urgente do Universal Life pelo Conselho Nacional de Seguro Privados (CNSP). O produto, um investimento de longo prazo que combina seguro de vida com previdência e permite que o segurado resgate par-

te do que pagou em vida, é a grande aposta do mercado para popularizar o seguro de vida no Brasil.

Exigência na qualificação – O presidente da FenaPrevi também destaca a necessidade de o corretor estar preparado para este novo momento do mercado. Segundo ele, quanto mais sofisticada a oferta de produtos de acumulação e proteção, maior a exigência na qualificação de venda. Edson Franco diz que, ao recomendar uma modalidade de previdência ou de seguros, o gestor e o corretor devem ter uma base sólida para definir qual é o produto mais adequado ao perfil de cada um de seus clientes.

“É o que chamamos de suitability. Por isso iniciamos, no ano passado, um amplo programa de certificação profissional que abrange estrutura técnica, aspectos legais e regulatórios de se-

AO RECOMENDAR UMA MODALIDADE DE PREVIDÊNCIA PRIVADA OU DE SEGUROS, O GESTOR E O CORRETOR DEVEM TER UMA BASE SÓLIDA PARA DEFINIR QUAL É O PRODUTO MAIS ADEQUADO AO PERFIL DE CADA UM DE SEUS CLIENTES.

guros, previdência e capitalização, ética, ouvidoria, controles internos, aspectos contábeis e financeiros, e canais de distribuição”, afirma.

O programa contou com 1.665 inscritos. Franco informa que é prioridade da Federação formar agentes de Vida e Previdência para uma venda

mais consultiva e, também, dar apoio consultivo para o investidor ao longo de todas as etapas do plano.

De acordo com os dados da FenaPrevi, no primeiro semestre deste ano o número de pessoas com planos de previdência contratados era de 12.506.055, das quais 9.437.802 com planos individuais (já computados os planos para menores) e 3.068.253 de pessoas com planos empresariais. E, apesar da crise, foram os planos individuais que receberam mais recursos nos seis primeiros meses de 2016, com investimentos que somaram R\$ 47,7 bilhões. Desse volume, R\$ 961 milhões foram investimentos em planos para menores.

Já os seguros de pessoas (vida, acidentes pessoais, viagem, educacional e outras modalidades de proteção) registraram, nos primeiros seis meses de 2016, R\$ 15,04 bilhões em prêmios, um resultado que representa crescimento de 3,7% em relação ao resultado do mesmo período de 2015, que

foi de R\$ 14,5 bilhões. Embora seja um crescimento “modesto”, ganha relevância em razão da crise econômica por que passa o país.

Os números da FenaPrevi mostram que algumas modalidades de proteção tiveram resultados bem mais significativos. É o caso do seguro educacional, que teve crescimento de 78,9% no volume de prêmios, atingindo R\$ 22 milhões no primeiro semestre de 2016 – no ano passado, para o mesmo período, o volume de prêmios foi de R\$ 12,3 milhões.



DIVULGAÇÃO ICATU

CRISE GERA PREOCUPAÇÃO COM A PROTEÇÃO FUTURA

Para o diretor de Produtos de Vida da Icatu Seguros, Bernardo Dieckmann, a crise leva a preocupações relacionadas à proteção, para amparar as famílias. Além disso, o tema “seguro de vida” tem sido mais divulgado pela imprensa, principalmente quando se trata de seguros relacionados à perda ou ao afastamento do emprego.

“Por isso, as coberturas de afastamento, doença e desemprego têm sido bastante procuradas.

Portanto, nossa expectativa é de que as vendas para indivíduos continuem crescendo até o final do ano e continuem num bom ritmo em 2017”, diz ele.

Já o cenário dos seguros de vida que oferecem resgate, avalia Dieckmann, pode ser mais desafiador, pois se por um lado o cliente tem necessidade de proteção, por outro há uma reserva que pode ser resgatada em caso do cancelamento do seguro, o que é uma alternativa em períodos de crise.

“É UM SEGURO QUE TENDE A SER MAIS CARO ENTRE A POPULAÇÃO MAIS JOVEM, POIS É NESSA FASE QUE SE FAZ RESERVA PARA COBRIR O RISCO QUANDO O CLIENTE ENVELHECE.”

BERNARDO DIECKMANN



CORRETOR DE SEGUROS,

EM 120 ANOS, A GENTE JÁ VIU MUITA COISA.

A MELHOR DELAS FOI A NOSSA PARCERIA.



12 de outubro. Dia do Corretor de Seguros.
Uma homenagem da SulAmérica para quem
faz a diferença na vida de tantas famílias.

SulAmérica
120anos

Mercado está em compasso de espera por novidades

POR **FRANCISCO LUIZ NOEL**

A perspectiva de regulamentação de novos produtos no segmento de pessoas e no ramo de automóveis mantém em compasso de espera o mercado de seguros. Por conta do esperado apelo popular, novidades como o Universal Life (Vida Universal, em português), sucesso nos Estados Unidos, o Prev Saúde e o seguro popular de veículos são aguardados com otimismo por seguradoras e corretores – todos atentos à evolução do trabalho da Superintendência de Seguros Privados (Susep) para tirar do papel as inovações, que prometem turbinar o setor.

Apesar das expectativas de aprovação dos produtos ao longo de 2016, o presidente do Sincor-RJ, Henrique Brandão, acredita que ela ocorrerá somente no próximo ano, baseando sua previsão no acompanhamento dos estudos da Susep. “A regulamentação depende ainda do equacionamento de problemas tributários”, afirma. Entre as novidades, ele destaca o Vida Universal e seu potencial para o trabalho de corretagem. “O Universal Life, por ser um produto bem completo, pois vai mudar o perfil do mercado de seguro de vida no Brasil.”

Acumulação de reserva – Sucesso entre os norte-americanos desde os anos 1970, o Universal Life é um



ACERVO FENACOR

“O MAIOR ATRATIVO É A POSSIBILIDADE DE O SEGURADO RECEBER OS VALORES INVESTIDOS APÓS O PERÍODO CONTRATUAL DA COBERTURA DO RISCO. É UMA CARACTERÍSTICA IMPORTANTE PARA O CORRETOR TRABALHAR.”

ARMANDO VERGILIO

produto híbrido que conjuga seguro de vida convencional com acumulação de reserva, a exemplo do Vida Gerador de Benefícios Livres (VGBL) e do Plano Gerador de Benefícios

Livres (PGBL). O diferencial é que, além de oferecer flexibilidade para a adequação de coberturas e prêmios ao perfil e à necessidade do cliente, a novidade permite ao segurado utilizar para diversos fins o montante acumulado, incluído o pagamento de prêmio em situações como a de desemprego.

As muitas possibilidades que o Universal Life vai proporcionar aos segurados sugerem que ele será muito bem recebido no mercado brasileiro. Por permitir, por exemplo, que a reserva do capital acumulado possa cobrir o capital segurado de risco, o novo produto deverá ser um estímulo à permanência do segurado na apólice, já que isso evita o cancelamento do plano por falta de pagamento, como ficou atestado nos Estados Unidos. Outro atrativo será o mecanismo que franqueará ao cliente o aporte de recursos adicionais no plano, como forma de fazer poupança.

Pela atratividade que o Universal Life promete, as seguradoras seguem atentas à tramitação dos estudos da Susep, interessadas em lançar o produto. “Em mercados como o norte-americano, essa modalidade de produto é comercializada em lar-



ga escala. Teremos condições de desenvolver novas coberturas, que atendam a necessidades específicas das pessoas”, assinala o diretor de Vida da Sompó Seguros, Edglei Monteiro. O maior ganho para o mercado, ele acrescenta, deverá ser a inclusão de brasileiros que ainda não dispõem de seguro de vida.

A expectativa pela regulamentação da versão brasileira do Universal Life é compartilhada pelo presidente da Fenacor, Armando Vergílio dos Santos Júnior. “É um produto excepcional. O maior atrativo é a possibilidade de o segurado receber os valores investidos, após o período contratual de cobertura do risco. É uma característica importante que o corretor deve trabalhar”, recomenda.

Atrativo para corretores – Na opinião de Edglei Monteiro, da Sompó, o Universal Life abre um leque de possibilidades para os corretores. Além do aumento na oferta, já que muitos players devem investir em produtos com essas características, o Universal Life deve trazer uma demanda significativa por parte do consumidor. Será uma ótima oportunidade para os corretores expandirem a carteira”, prevê. Para aqueles que ainda não trabalham com seguro de vida, Monteiro avalia que será uma boa chance de investir nesse ramo, conquistar novos segurados e fidelizar a base de clientes.

O espaço aberto ao Universal Life é grande, em face da baixa penetração



ACERVO SOMPO

“ALÉM DO AUMENTO NA OFERTA, O UNIVERSAL LIFE DEVE TRAZER UMA DEMANDA SIGNIFICATIVA POR PARTE DO CONSUMIDOR. SERÁ UMA ÓTIMA OPORTUNIDADE PARA O CORRETOR EXPANDIR A CARTEIRA.”

EDGLEI MONTEIRO

do seguro no país. “O fator principal é que o produto vai abrir o leque para que o consumidor tenha mais percepção das vantagens do seguro para sua vida. Com isso, poderemos alcançar um número expressivo de pessoas que hoje não contratam seguro”, aposta o diretor da Sompó. A expectativa é compartilhada pelo presidente da Fenacor. “Menos de 10% da população brasileira têm seguro de vida. E mesmo entre os mais ricos o percentual não passa de 18%, caindo para 6% na classe C”, assinala Armando Vergílio.

O presidente da Fenacor também antevê grande receptividade para o Prev Saúde, que depende de aprovação de projeto no Congresso Nacional para ser regulamentado. “É um produto muito importante, pois permitirá ao

trabalhador, com ajuda da empresa, acumular com antecedência recursos destinados a cobrir as despesas médicas após a aposentadoria, servindo de amparo no momento mais delicado da vida das pessoas”, diz Vergílio.

Novidade que também promete alavancar a produção das empresas de corretagem e corretores é o seguro Auto Popular, destinado aos veículos com mais de cinco anos de fabricação. O potencial desse mercado é grande, podendo vir a compensar os efeitos da queda das vendas de carros novos sobre o mercado de seguros. O Auto Popular vai abrir um campo de produção com cerca de 40 milhões de veículos seguráveis, que atualmente rodam nas ruas e estradas do país sem qualquer cobertura de seguro.

Seguro para pequenos bens registra grande desempenho

POR FRANCISCO LUIZ NOEL

Smartphones, tablets, notebooks, câmeras fotográficas, filmadoras, bicicletas... Embora pouco difundida no mercado, a proteção de bens de uso cotidiano como esses mobiliza o interesse de cada vez mais brasileiros e desponta como filão promissor no setor de seguros. A procura por produtos do gênero está em alta nas seguradoras que decidiram apostar no segmento, movida por fatores como o temor de roubos, furtos e avarias e a contenção do consumo por conta da crise econômica.

O crescimento da demanda por essas coberturas é atestado pelo diretor da sucursal fluminense da Porto Seguro, Sérgio Mendonça, com base no desempenho da carteira da companhia para aparelhos portáteis, liderada pelo seguro para smartphones. Segundo ele, esses equipamentos se tornaram indispensáveis no dia a dia.

“A crise obriga consumidores a prorrogar os planos de troca de aparelhos e eles acabam protegendo os equipamentos que já têm”. Alguns portáteis, cotados em dólar, passaram a valer mais devido à alta da moeda em relação ao real.

Roubos e furtos – No caso das bicicletas, o seguro ganha visibilidade não só por conta dos roubos e furtos, mas

também pelo uso crescente do veículo como transporte em grandes cidades, como São Paulo e Rio de Janeiro. Na capital fluminense, 1.272 bicicletas foram roubadas e furtadas de janeiro a julho, de acordo com o Instituto de Segurança Pública (ISP). Aos modelos básicos com marchas vêm se agregando, nas ruas, as bikes sofisticadas, que custam de R\$ 3 mil a R\$ 60 mil. É mirando sobretudo nessa frota que o seguro vem sendo oferecido aos ciclistas.

Destaque na oferta do produto é a Argos Seguro, que tem no foco as bicicletas de alto valor. A gerente de riscos patrimoniais da companhia, Janete Tani, estima que o filão conta com mais de 600 mil dessas bikes no país. “É um mercado em franco crescimento, com o incentivo que vem ganhando nos últimos anos. O corretor,

nosso único canal de distribuição, tem papel fundamental no trabalho de divulgação desse seguro”, afirma. Com índice de sinistralidade em torno de 40%, o produto cobre roubos e furtos (53%) e acidentes (476%).

Janete Tani observa que o seguro de bicicleta, mesmo quando tem prêmio menor do que o de outros elementos, abre caminho para o corretor trabalhar outros produtos – uma bike de R\$ 3 mil tem prêmio anual na faixa de R\$ 380. “O portfólio desse seguro conta, em geral, com muitos profissionais liberais. É uma base que deve ser explorada pelos corretores, que podem oferecer uma gama de outros seguros, como os de responsabilidade civil profissional, de benefícios, vida e acidentes pessoais”, recomenda a gerente da Argos Seguro.

■ **Bikes de luxo:** Mercado estima que esse filão de negócios conta com mais de 600 mil unidades dessas bicicletas em todo o país



Todo mundo merece um seguro assim.



CASO | Comunicação

Começando pelo seu cliente.

O Porto Seguro Moto é a proteção completa para **motors a partir de 90cc**. Seu cliente conta com **guincho sem limite de quilometragem**, além das coberturas para colisão, incêndio e roubo, podendo contratar também para acessórios.

Consulte seu gerente comercial | www.portoseguro.com.br/moto

Informações reduzidas. Consulte regras e Condições Gerais no site www.portoseguro.com.br/moto. Automóvel - CNPJ: 61.198.164/0001-60 - Processo SUSEP: 15414.100233/2004-59 - Valor de Mercado e Valor Determinado. 333-PORTO (333-76786 - Grande São Paulo e Rio de Janeiro) | 4004-PORTO (4004-76786 - capitais e grandes centros); 0800 727 0800 (demais localidades) | 0800 727 2766 (SAC - cancelamento e redimações) | 0800 727 8736 (atendimento exclusivo para deficientes auditivos) | 0800 727 1184 ou (11) 3366-3184(Ouvidoria). O registro deste plano na SUSEP não implica, por parte da Autarquia, incentivo ou recomendação à sua comercialização.



**PORTO
SEGURO**

Moto

Empresas criam associação para fomentar debate técnico

POR **FERNANDA THURLER**

Apostando na velha máxima de que a união faz a força, resseguradoras brasileiras decidiram compartilhar suas técnicas e experiências como forma de aumentar a competitividade na disputa com grupos estrangeiros pelo mercado doméstico de resseguro, que responde por um volume de prêmios da ordem de R\$ 10 bilhões. Assim Austral Resseguradora, BTG Pactual Resseguradora, IRB Brasil Resseguros e Terra Brasis Resseguros criaram a Associação Nacional das Resseguradoras Locais (NA-Re), cujo principal objetivo é fomentar o debate técnico e aberto sobre a indústria e, de quebra, mudar a imagem do resseguro perante o mercado de seguros.

O CEO da Terra Brasis e presidente da NA-Re, Paulo Botti, afirma que, a partir do entendimento do real funcionamento do mercado, muitas discussões possam ser feitas de forma construtiva, desmitificando e deixando transparente a atividade de resseguros no Brasil. “A proposta é promover a necessária e fundamental simetria de conhecimentos entre segurados, seguradoras, corretoras e resseguradoras”. Ele ressalta o fato de o mercado de resseguro ser relativamente novo e

muito competitivo, com os consequentes benefícios, mas também, naturalmente, mais complexo.

Botti lembra ainda que até 2008 as companhias de seguros nacionais só podiam fazer resseguro com um único ressegurador (no caso, o IRB). Hoje podem escolher entre 16 resseguradoras locais e mais de 100 resseguradoras estrangeiras, baseadas principalmente na Inglaterra, na Europa Continental, nos EUA, nas Bermudas e em outros paraísos fiscais.

Destaque – Do total de prêmio de resseguro gerado pelas seguradoras brasileiras, as resseguradoras locais respondem atualmente por

70% do volume e retêm no Brasil, após as retrocessões ao exterior, cerca de 50% do prêmio de resseguro gerado no país. E como não existem diferenças nas condições ou no preço entre uma resseguradora localizada no

Brasil e uma resseguradora localizada no exterior, as brasileiras vêm tentando se diferenciar pelos serviços, pela rapidez no atendimento, pela agilidade no pagamento de recuperações de sinistros, pela atuação em conjunto com os brokers, no aprimoramento técnico e no desenvolvimento de produtos.

“As assimetrias de conhecimento precisam ser rapidamente eliminadas para que as

“A PROPOSTA É PROMOVER A NECESSÁRIA E FUNDAMENTAL SIMETRIA DE CONHECIMENTOS ENTRE SEGURADOS, SEGURADORAS, CORRETORAS E RESSEGURADORAS.”

PAULO BOTTI



ACERVO TERRA BRASIS



necessidades das seguradoras possam ser supridas pelas possibilidades das resseguradoras. A NA-Re pretende trabalhar para que este relacionamento seja o mais próximo e transparente possível e o funcionamento do mercado de resseguros e sua formação de preços e condições sejam de conhecimento de todos os envolvidos, possibilitando discussões e negociações mais justas, para satisfação de todos”, resume Botti.

Feito o dever de casa, o executivo acredita que o crescimento das resseguradoras locais pode ser catalisado pela sua expansão para a América Latina. “Devido a vários fatores, entre eles a necessidade de proteção para catástrofes na maioria dos nossos vizinhos, o restante do mercado latino-americano de resseguros, que é basicamente comprador de resseguro, é mais de cinco vezes maior que o mercado de resseguros do Brasil”, compara.

As áreas de Vida, Saúde e Previdência também são consideradas por Botti um mercado em potencial para o resseguro. Só para se ter uma ideia, enquanto no Brasil o ramo vida corresponde a 1% do total de resseguros, em outros países mais desenvolvidos a proporção chega a 30%.

Segundo ele, estas características são uma grande oportunidade para as resseguradoras locais brasileiras, fortemente capitalizadas, transformarem o Brasil num Polo Exportador de Resseguro, para atuar, com sua capacidade financeira, na mitigação de riscos oriundos não só do Brasil, mas também dos demais países da América Latina.

Além disso, pode promover a geração de empregos, trazer divisas em prêmios de resseguro e contribuir para a formação de poupança interna.

Negócios – O presidente da Federação Brasileira das Empresas de Resseguros (Fenaber), Paulo Pereira, destaca a importância da entidade para o desenvolvimento do mercado e, por conseguinte, para a atividade do corretor. Ele também aposta no Polo Exportador de Resseguro como um importante instrumento para impulsionar os negócios.

O dirigente defende ainda o apoio do governo federal por meio de atrativos fiscais. “Uma estratégia para incentivar a criação de um polo de resseguros é garantir isenção fiscal ou alíquota diferenciada para os negócios feitos em outros países por resseguradoras estrangeiras registradas no Brasil”, propõe.

Paulo Pereira falou ainda sobre importantes medidas já anunciadas na esfera de governo federal e que contribuirão para a retomada do crescimento dos setores de seguros e de resseguros a partir de 2017: o programa de concessões e privatizações de obras de transportes, energia e saneamento lançado pelo Executivo e que inclui aeroportos, rodovias, ferrovias, terminais portuários e exploração de petróleo e gás, cuja implementação beneficia a comercialização das apólices voltadas para infraestrutura, como o seguro garantia por exemplo.

As resseguradoras locais apresentaram um lucro de R\$ 262 milhões no primeiro trimestre de 2016, frente ao re-

“UMA ESTRATÉGIA PARA INCENTIVAR A CRIAÇÃO DE UM POLO É GARANTIR ISENÇÃO OU REDUÇÃO FISCAL PARA OS NEGÓCIOS FEITOS EM OUTROS PAÍSES POR RESSEGURADORAS REGISTRADAS NO BRASIL.”

PAULO PEREIRA



ACERVO FENABER

sultado de R\$ 193 milhões observado no ano passado. Nesse período, o IRB Brasil RE lucrou R\$ 212 milhões e as demais resseguradoras R\$ 50 milhões, ante um resultado de R\$ 193 milhões em 2015, segundo o mais recente estudo elaborado pela Terra Brasis.

Produto ganha impulso e cresce nas classes populares

POR **LUIZ LOURENÇO**

Produto com forte apelo social, o seguro funeral não para de crescer e torna-se uma opção interessante para o corretor neste momento em que a categoria busca diversificar seus negócios. No primeiro semestre, a receita apurada nessa modalidade atingiu a marca de R\$ 235,8 milhões. Segundo a Federação Nacional de Previdência Privada e Vida (FenaPrevi), esse valor é 21,36% maior que o registrado nos seis primeiros meses de 2015.

Consultores afirmam que essa tendência deve ser mantida ou até ampliada nos próximos anos. “A demanda cresceu muito, está bem aquecida. O seguro funeral já é conhecido em todos os segmentos da sociedade, que estará mais protegida depois que o produto for regulamentado pela Susep, afirma o vice-presidente da Assurê Corretora de Seguros, Pedro Thimóteo.

Ele acrescenta que o fato de o produto estar sob a vigilância da Susep é importante na medida em que o seguro funeral começa a ter grande penetração nas classes C, D e E. Boa parte desse público encontra no produto a porta de entrada no mercado de seguros, o que aumenta a responsabilidade da autarquia.

“O SEGURO FUNERAL
JÁ É CONHECIDO EM
TODOS OS SEGMENTOS
DA SOCIEDADE, QUE
ESTARÁ MAIS PROTEGIDA
DEPOIS QUE O PRODUTO
FOR REGULAMENTADO
PELA SUSEP.”

PEDRO THIMÓTEO



vas regras para a comercialização do seguro funeral. Uma minuta foi colocada em consulta pública para coletar propostas do setor privado e de especialistas. O texto veda a atuação de funerárias como estipulantes do produto, com exceção dos contratos em que empregadores estipulem o seguro em favor de seus empregados.

Para ofertar seguros em nome da seguradora, as prestadoras de serviços funerários deverão, obrigatoriamente, estabelecer contrato na condição de representante de seguros. O risco não poderá ser repassado para as prestadoras de serviço. O órgão regulador quer garantir que as seguradoras sejam responsáveis perante seus segurados pelas obrigações assumidas e por serviços prestados pelas empresas de assistência contratadas.

Pedro Thimóteo revela que o mercado já vem atuando dessa forma, através de acordos operacionais firmados pelas seguradoras com empresas especializadas em assistência funeral. Ele diz ainda que muitas seguradoras comercializam o produto, com preços reduzidos, oscilando entre R\$ 3 e R\$ 4.

Produtos acoplados – Em alguns casos, já é possível contratar o seguro funeral sem que esteja acoplado a outros seguros, como os de vida e acidentes pessoais. “Para que não seja ne-

Resolução CNSP – Não por acaso, a Susep deve publicar, em breve, uma resolução do CNSP com no-



cessário cobrar valores muito pequenos a cada mês, boa parte das companhias já aceita o pagamento semestral para contratos de um ano”, explica Thimóteo.

As estatísticas mais recentes da Susep mostram que cerca de 30 seguradoras atuam nesse ramo, em maior ou menor escala. Três delas – Zurich, Sinaf e Cai-

xa – geram mais de 60% do volume de prêmios diretos.

Em março deste ano, foi sancionada a Lei 13.261, que normatiza a comercialização de planos de assistência funerária. Segundo a lei, somente serão autorizadas a comercializar o produto as empresas que o façam mediante contrato

escrito e que comprovem, entre outros requisitos, a manutenção de patrimônio líquido equivalente a 12% da receita líquida anual. Deverão ainda manter uma reserva de solvência com bens ativos ou imobilizados de, no mínimo, 10% do total do faturamento. A lei entrou em vigor no dia 22 de setembro.

REGRAS AMPLIAM SERVIÇOS EMBUTIDOS NO SEGURO

A futura resolução vai formalizar também uma prática já em voga no mercado, pela qual o seguro funeral pode reembolsar as despesas feitas pela família no funeral ou assegurar a prestação de serviços por empresa especializada, abrangendo desde o transporte do corpo, tratamento das formalidades para liberação do corpo; registro de óbito em cartório; atendimento e organização do funeral; sepultamento; e cremação.

Se optarem pelo reembolso, os beneficiários poderão escolher os prestadores de serviço, desde que legalmente habilitados, sendo reembolsado pelas despesas efetuadas até o limite máximo do capital segurado contratado. Nos casos de prestação de serviço, a seguradora deverá manter telefone gratuito de

assistência ao segurado, disponível 24 horas, o qual deverá constar, em destaque na apólice, no certificado individual ou bilhete.

Além disso, se não for possível manter contato com a seguradora, através do telefone gratuito disponibilizado ou a utilização da rede de serviços autorizada, o beneficiário também poderá optar por prestadores de serviço de sua livre escolha.

A Susep pretende proibir também a denominação “seguro funeral”, bem como a utilização de quaisquer outros termos técnicos especificamente relacionados a contratos de seguros, naquelas operações não realizadas por seguradoras devidamente autorizadas a operar com seguro de pessoas no Brasil.

A autarquia irá vedar ainda a comercialização de contrato de assistência com características de seguro, sob pena de responsabilização administrativa e criminal. As condições contratuais deverão especificar, em destaque, riscos cobertos e excluídos, franquias e carências, se houver, e as situações passíveis de perda de direitos. O beneficiário deve provar que arcou com as despesas do funeral do segurado.

Nos planos coletivos, quando ambos os cônjuges forem segurados principais do mesmo grupo, os filhos podem ser incluídos uma única vez, como dependentes daquele de maior capital segurado, sendo este denominado segurado principal para efeito da cláusula.

“Sou um grande entusiasta da revolução digital”

POR LUIZ LOURENÇO

A internet é aliada do corretor, sobretudo na agilização dos processos de abordagem comercial, realização de negócios, entrega das propostas e ampliação da capilaridade junto à base de clientes. A afirmação é do presidente da Tokio Marine, José Adalberto Ferrara, em entrevista exclusiva à Previdência & Seguros. Segundo ele, o Rio de Janeiro tem uma importância estratégica para o crescimento orgânico da companhia.

“Até junho, a Tokio Marine cresceu 6,6%, com um market share de 5,5%, no Rio de Janeiro”, revela, acrescentando que, mesmo com a desaceleração na economia, a Tokio Marine registrou um crescimento de 8%, praticamente 2,5 vezes superior ao desempenho do mercado nacional. Para ele, o corretor tem papel fundamental nesse processo, pois, por sua experiência em lidar com o cliente final, sabe exatamente o que fazer para melhorar determinado produto e serviço.

Como está o relacionamento da Tokio Marine com os corretores?

Os corretores e as assessorias são nossos principais canais de distribuição. A Tokio Marine é reconhecida pelo relacionamento próximo com estes parceiros. Procuramos estreitar cada vez mais essa relação, não apenas ouvindo

“EM PERÍODOS COMO ESTE, DE INSTABILIDADE, O CORRETOR PRECISO FICAR ATENTO ÀS MÚLTIPLAS OPORTUNIDADES DE VENDA CONSULTIVA E ORIENTADA PARA PROTEGER O PATRIMÔNIO DOS CLIENTES.”

do, mas efetivamente implantando as sugestões que nos são apresentadas. Muitas vezes, o corretor, por sua experiência em lidar com o cliente final, sabe exatamente o que fazer para melhorar determinado produto e/ou ser-

viço e nós temos todo o interesse em fazer esses aprimoramentos.

Há alguma novidade para os próximos meses?

Desde o início do ano promovemos os lançamentos dos Seguros Responsabilidade Civil Executivos (D&O); Tokio Marine Obras de Arte e Tokio Marine Agro Safras. Em setembro, disponibilizamos o Tokio Marine Auto + Rastreador, que oferece vantagens como cobertura básica para furto, roubo e incêndio e assistência 24 horas, além da instalação do rastreador em comodato gratuitamente. O grande atrativo é que o produto pode ser até 50% mais barato em relação aos produtos tradicionais. Outra novidade é o Tokio Marine no Varejo, plataforma sistêmica especialmente desenvolvida para



ACERVO TOKIO MARINE



que os corretores desenvolvam um novo canal de vendas. Na plataforma, completamente online, é possível comercializar seguros que chamamos de baixo ticket, como garantia estendia e residencial básico. A Tokio Marine irá remunerar tanto os corretores como os varejistas que distribuírem seus produtos por meio desse canal.

Qual a relevância do Rio de Janeiro para a Tokio Marine?

Com uma participação acima de 10% no mercado nacional, o Rio de Janeiro tem uma importância estratégica para a companhia, que mantém uma estrutura comercial preparada para facilitar e personalizar o atendimento aos corretores e às assessorias locais. São seis sucursais lideradas pelo diretor Regional Sérgio Brito, profissional com profundo conhecimento sobre as demandas e peculiaridades do estado. Até junho, a Tokio Marine cresceu 6,6% no Rio, com um market share de 5,5%.

A instabilidade na economia está se refletindo nos negócios da empresa?

No primeiro semestre, os segmentos nos quais a Tokio Marine atua, que exclui Previdência, Saúde e Capitalização, cresceu 3%. Neste cenário desafiador, nós conseguimos nos destacar com crescimento de 8%, praticamente 2,5 vezes superior ao desempenho do mercado. Pela primeira vez, desde que assumi a presidência, em julho de 2013, tivemos que retificar o planejamento anual em função da economia. Se antes prevíamos crescer 13% este ano, revimos esta meta para um percentual entre 6% e 8%. De qualquer forma, acho que o pior momento já passou.

Qual o papel reservado ao corretor neste cenário?

Tenho ressaltado muito a necessidade de que eles atuem efetivamente como con-

sultores neste momento de instabilidade. Em períodos como este, é preciso ficar atento às múltiplas oportunidades de venda consultiva e orientada para proteger o patrimônio dos clientes. Os corretores têm a nobre missão de auxiliar na difusão da cultura do seguro, por conhecer a fundo seus clientes e oferecer as melhores soluções e coberturas.

A internet é aliada ou inimiga do corretor?

Construí minha carreira na área de Tecnologia da Informação e sou grande entusiasta da revolução digital. A internet é aliada do corretor, sobretudo na agilização dos processos de abordagem comercial, realização de negócios, entrega das propostas e ampliação da capilaridade junto à base de clientes. Juntos, vamos incentivar a venda online para desenvolvimento de novos canais de distribuição. Temos investido continuamente em inovações. Desenvolvemos uma robusta plataforma digital e colaborativa para Mobile e oferecemos soluções tecnológicas eficazes, como o Tokio Corretor Online (TCO).

A Tokio Marine tem alguma meta a ser alcançada em termos de market share?

Nosso objetivo é o de manter um crescimento muito superior ao da média do mercado, sempre com base na qualidade dos produtos e serviços que ofertamos e na excelência do atendimento aos corretores, assessorias e clientes. A produção total de prêmios deve chegar a R\$ 4,1 bilhões. Para 2017, a meta é crescer 3%.

E como os corretores podem ajudar a seguradora a alcançar esse objetivo?

Eles têm o desafio de identificar novos nichos de mercado e contribuir para

“O AUMENTO DA QUANTIDADE DE PRODUTOS VENDIDOS PARA CADA CLIENTE CONTRIBUI PARA MAIOR FIDELIZAÇÃO, E ISSO É FATOR DECISIVO EM UM MERCADO COMPETITIVO COMO O NOSSO.”

aumentar a participação do seguro na economia nacional. Ao identificar novas oportunidades de negócios, os corretores podem ampliar o mix de carteira e aumentar a venda de produtos na base atual de seus clientes. O aumento da quantidade de produtos vendidos para cada cliente contribui para maior fidelização, e isso é fator decisivo em um mercado competitivo como o nosso. É preciso ficar atento, por exemplo, às necessidades de seguros geradas pela entrada de uma massa de 120 milhões de novos consumidores nos últimos dez, doze anos na economia brasileira e nos negócios de micro, pequenas e médias empresas.

O que diferencia consumidor do Rio dos demais estados?

Os consumidores de grandes metrópoles são extremamente exigentes e bastante atualizados quanto ao uso da tecnologia. Mas ainda assim, na hora do fechamento de seus negócios de seguros, eles buscam o corretor para fazer uma escolha que leve em consideração aspectos como praticidade, qualidade, confiança na seguradora e custo. O corretor é o profissional que faz a diferença.

Sincor-RJ investe na valorização dos corretores do interior

POR **BIANCA ROCHA**

A segunda edição do Debate Lagos, realizada pelo Sincor-RJ, no dia 2 de setembro, em Cabo Frio, superou as expectativas dos organizadores, reunindo mais de 100 profissionais que ouviram, atentamente, os debates e as palestras e puderam expor suas preocupações com os problemas que afligem a categoria. Realizado no Hotel Paradiso Corporate, no centro da cidade, o debate discutiu o tema: “Para onde caminha a indústria de seguros no Brasil? A conjuntura vai exigir mais profissionalismo aos corretores de seguros”.

O evento cumpriu, dessa forma, o objetivo de promover o encontro entre corretores de seguros, autoridades do setor e as principais seguradoras do país, em uma ação sinérgica, que visou discutir e



apontar soluções para os obstáculos que surgem na esteira da crise que atinge a economia brasileira. O sucesso desse amplo debate consolidou o encontro como o maior do segmento já realizado na Região dos Lagos, que também contou com estandes das empresas do mercado e sorteio de brindes.

■ **Henrique Brandão**, presidente do Sincor-RJ, entrega uma lembrança do evento ao responsável por sua organização, Marcos Gama, representante do sindicato na Região dos Lagos



“O PROJETO ‘CASA DO CORRETOR’ BUSCA APERFEIÇOAR E AMPLIAR O CAMPO DE CONHECIMENTO TÉCNICO E COMPORTAMENTAL DOS PROFISSIONAIS DA REGIÃO DOS LAGOS. A CONJUNTURA VAI EXIGIR MAIS PROFISSIONALISMO DOS CORRETORES DE SEGURO.”

MARCOS GAMA

Casa do Corretor – O representante do Sincor-RJ na Região dos Lagos, Marcos Gama, responsável pela organização do encontro, destacou a apresentação do projeto ‘Casa do Corretor’, que tem o objetivo de promover um melhor relacionamento entre seguradoras e corretores e aproximar esses parceiros.

“O projeto também busca o aperfeiçoamento e a ampliação do campo de conhecimento técnico e comportamental dos profissionais da Região dos Lagos, pois, geralmente, os cursos e palestras são realizados no Rio de Janeiro e em Niterói”, explicou Gama, acrescentando que o momento é apropriado para o lançamento desse tipo de projeto: “A





flag


TOKIO MARINE VIDA

Cotações e faturamento *online*

Oferecer seguros de Vida é melhor com a Tokio Marine. Além de agilidade na cotação, coberturas flexíveis e serviços de assistência, você ainda conta com a facilidade do Portal de Faturamento, com funcionalidades que tornam o processo de emissão de faturas ainda mais simples, que permite emitir o boleto, gerar a relação de Segurados, conferir e corrigir dados do arquivo e muito mais.

Tokio Marine Vida com facilidades, para você fechar bons negócios!

Tokio Marine Seguradora. Um portfólio completo de proteção para seus Clientes.

PROTEÇÃO PARA PESSOAS	PROTEÇÃO PARA EMPRESAS	AFINIDADES
<p>AUTOMÓVEL em até 6 vezes sem juros</p> <p>RESIDENCIAL com Assistência 24 Horas e sorteios</p> <p>CONDOMÍNIO proteção ao síndico e condôminos</p> <p>IMOBILIÁRIO proteção para proprietários e inquilinos</p>	<p>EMPRESARIAL pequenas, médias e grandes empresas</p> <p>RESPONSABILIDADE CIVIL para danos causados a terceiros</p> <p>AUTO FROTA a partir de 3 veículos</p> <p>TRANSPORTES para perdas e danos causados a cargas</p>	<p>GARANTIA das entregas previstas em contratos</p> <p>AGRONEGÓCIO para equipamentos rurais</p> <p>VIDA EM GRUPO para funcionários e sócios</p> <p>RISCOS DE ENGENHARIA para danos ocorridos em obras</p> <p>AERONÁUTICO</p>
		<p>MICROSSEGUROS distribuição em redes de varejo, bancos e concessionárias</p> <p> TOKIO MARINE SEGURADORA NOSSA TRANSPARÊNCIA, SUA CONFIANÇA</p> <p>@tokiomarine_cor TokioMarineSeguradora tokiomarine.com.br</p>

O registro deste plano na SUSEP não implica, por parte da Autarquia, incentivo ou recomendação à sua comercialização. As condições e limitações das coberturas e serviços disponibilizados encontram-se descritas nas Condições Gerais, que podem ser consultadas através do site www.tokiomarine.com.br. CNPJ: 33.164.021/0001-00. Tokio Marine Vida em Grupo SUSEP: Taxa média: 15414.001974/2006-10; Acidentes Pessoais SUSEP: 005.306/00.

conjuntura vai exigir mais profissionalismo dos corretores de seguro”, observou.

Na avaliação de Marcos Gama, o sucesso dessa segunda edição do encontro ajuda bastante a consolidar a proposta de se promover um amplo debate sobre aspectos regionais, fazendo com que as dúvidas sejam

esclarecidas e os respectivos modelos econômicos e comerciais tenham mais flexibilidade no mercado, criando um cenário apropriado para o crescimento do setor.

Participaram as seguintes seguradoras: SulAmérica, Sura, Liberty, Porto Seguro (também representada pelo

diretor geral Rivaldo Leite), Mapfre, Tokio Marine, HDI, Capemisa, Somp, Bradesco, além da Escola Nacional de Seguros. O evento ainda contou com uma palestra motivacional ministrada por Rosana Sá, a convite da Mapfre.

Veja abaixo a avaliação dos executivos que participaram do evento:

EVENTO PROMOVE INTERAÇÃO DAS SEGURADORAS E CORRETORES

Os representantes das seguradoras presentes à segunda edição do ‘Debate Lagos’, realizado em Cabo Frio, foram unânimes ao destacar a importância do evento para a aproximação com os corretores de seguros da Região dos Lagos. Veja a avaliação de alguns deles.

“O evento proporcionou uma maior aproximação e interação entre as seguradoras e os corretores de seguros. Foi muito oportuno discutir as tendências e as oportunidades do mercado em um momento tão desafiador.”

Sérgio Machado
Diretor Comercial da Mapfre Seguros

“Me chamou a atenção no debate as abordagens feitas pelas seguradoras, enfatizando a importância do treinamento de maneira contínua dos corretores e a colaboração que esse aperfeiçoamento pode trazer para o crescimento profissional deles.”

Célia Ferreira
coordenadora da Unidade RJ da Escola Nacional de Seguros

“Para mim o evento foi muito gratificante, pois mostrou que todas as seguradoras presentes têm planos muito bem definidos para a Região do Lagos e que estão engajadas no crescimento profissional dos corretores locais.”

Luiz André Ferreira Lima
Gerente executivo de Sucursal da Tokio Marine

“A troca de experiências foi muito importante e deu oportunidade às seguradoras de dedicarem um dia inteiro para ouvir o que os corretores têm a dizer: seus problemas, suas expectativas em relação ao mercado, seus projetos e visão do futuro.”

Sérgio Mendonça
Diretor Regional da Porto Seguro

“O superintendente Regional Luiz Carlos Ferreira Gomes nos informou que, durante o evento, foram destacadas para os corretores as principais melhorias que a seguradora vem promovendo no intuito de prestar um serviço melhor a seus clientes e parceiros.”

Paulo Renato Mendes Domingues
Superintendência de Produção RJ/MG/ES - Segmento Mercado da Bradesco Seguros

“O evento deu oportunidade para que as seguradoras apresentassem seus produtos, serviços e novas oportunidades de negócios para os corretores da Região dos Lagos, além de receber sugestões de melhorias por parte dos corretores.”

Antonio Carlos Costa
Diretor Regional RJ/ES da HDI Seguros

“Essa troca de experiências, que nem sempre é possível nos eventos de maior porte, certamente contribuirá para o aprimoramento dos serviços prestados pelas seguradoras. Para a Capemisa foi uma excelente oportunidade para divulgação institucional.”

Paulo Henrique Gomes
Gerente da Sucursal RJ da Capemisa

“Este tipo de evento demonstra o comprometimento de todos em busca da constante qualificação dos corretores, capacitando-os para operar de maneira consultiva junto a seus clientes com a oferta de produtos e serviços diferenciados.”

Cláudio Lissonger Guimarães
Gerente da filial Niterói da Somp Seguros



Entre depois de bater.

EXTRA



Processo Susep: 15.414.001/197/2004-41. O registro deste plano na Susep não implica, por parte da autarquia, incentivo ou recomendação à sua comercialização.

HDI Bate-pronto. O centro de atendimento que libera em minutos o conserto do veículo. Com a HDI, o segurado economiza até tempo.

HDI
Seguros

É de bate-pronto.

Consulte seu corretor.

www.hdi.com.br

Mulheres contratam mais seguro entre os solteiros

POR **OLGA DE MELLO**

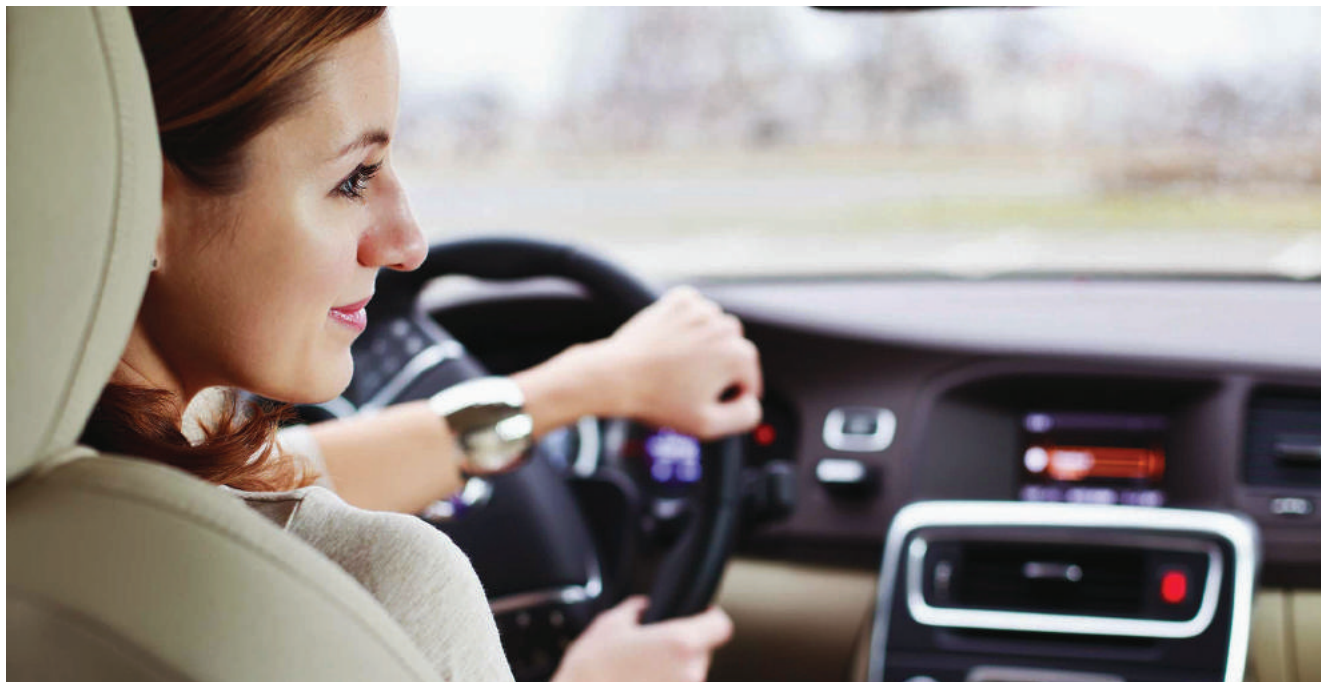
As mulheres solteiras contratam mais seguros para seus carros do que os homens do mesmo estado civil. Já entre os casados, os homens são os que lideram este ranking. Os dados constam de um levantamento feito pela SulAmérica Auto sobre os clientes da seguradora. No entanto, o mesmo resultado não é observado entre as mulheres casadas: "A inversão do quadro pode estar ligada ao fato de casais terem apenas um carro e o seguro ser feito em geral no nome do

marido. A decisão de fazer o seguro é conjunta", acredita o vice-presidente de Auto e Massificados da SulAmérica, Eduardo Dal Ri.

O estudo mostrou que 60% dos clientes solteiros são mulheres, mesmo percentual da maioria dos casados, que, neste caso, corresponde ao sexo masculino. Atualmente, as mulheres são maioria entre os clientes jovens do seguro de automóvel da SulAmérica, representando 62% da carteira na faixa etária de 18 a 25 anos, e 59% do grupo, entre 26 e 35 anos de idade. Dos segurados com menos de 35 anos, 46% são solteiros. Já na faixa etária acima de 35 anos, mais de 70%

dos segurados são casados. A concentração de seguros feitos por mulheres casadas (52%) é observada na faixa etária de 36 a 55 anos.

"Aparentemente, as pessoas casadas estão mais preocupadas com a segurança de seus veículos do que as solteiras, isso porque 70% dos nossos segurados são casados. E, entre os segurados casados, 60% são do sexo masculino, o que talvez indique que, depois do casamento, o homem percebe a importância da proteção e a tranquilidade que o seguro oferece para resguardar seu patrimônio, além de entender que uma apólice pode evitar grandes impactos no seu orçamento", diz Eduardo Dal Ri.



■ **Mulher ao volante:** elas são maioria entre os clientes jovens do seguro de automóvel da SulAmérica, representando 62% da carteira na faixa etária de 18 a 25 anos



Maior concentração – O estudo inédito apontou que São Paulo é o estado com maior concentração de solteiros: 35% da carteira da SulAmérica. Já no Acre está o menor percentual de solteiros: apenas 18% dos clientes. O levantamento mostrou também que a utilização do seguro varia entre homens e mulheres, dependendo do tipo de serviço.

Em comparação aos homens, as seguradas acionam 41% mais o borracheiro para troca de pneus e 56% mais o Motorista Amigo, serviço que busca o segurado e seu veículo onde estiverem e os transportam até seu destino. Por outro lado, o reboque é 15% menos utilizado por elas.

Em geral, os homens fazem mais seguro para motos do que as mulheres, o que pode indicar que são maioria entre os proprietá-

rios. Porém, de acordo com dados da SulAmérica, nos últimos cinco anos, houve um crescimento de mais de 30% no número de mulheres abaixo de 35 anos que contrataram seguro para motocicletas na companhia. Atualmente, as brasileiras representam 17% do total de clientes da seguradora com este tipo de veículo.

Utilização do seguro – Outro levantamento recente da SulAmérica, que avaliou procura e utilização do seguro Auto, apontou ainda crescimento de 34% na contratação de seguros para pick-ups pesadas por mulheres entre 2013 e 2015, enquanto a alta registrada entre os homens foi de 25%. No mesmo período, as apólices para motos contratadas pelo público feminino subiram 16%. Entre os homens, houve decréscimo de 8%. A expectativa é que o público femi-

nino que contrata seguros auto permaneça em alta nos próximos anos.

Segundo a diretora Regional Rio de Janeiro/Espírito Santo da SulAmérica, Solange Zaquem, diversos estudos dos setores de seguros e automotivo apontam que as mulheres são mais prudentes ao volante. “Isso se verifica tanto em acidentes ocorridos em velocidade reduzida quanto em ocorrências em alta velocidade. As mulheres também se envolvem menos em acidentes relacionados ao consumo de bebidas alcoólicas”, afirma ela.

De acordo com uma pesquisa da Escola de Engenharia da USP de Ribeirão Preto, 92% dos acidentes de trânsito envolvendo consumo de bebidas alcoólicas são causados por homens. “Isso nos leva a crer que, em linhas gerais, as mulheres têm demonstrado uma postura mais responsável ao volante”, destaca Solange.

OdontoPrev

Um plano odontológico que vale a pena

Um sorriso bonito e saudável faz a diferença.

Com planos para empresas de todos os tamanhos, a missão da OdontoPrev é garantir uma solução completa para seus clientes.

O custo é bastante acessível. As pessoas usam, gostam e, principalmente, valorizam. Encontrar um dentista qualificado é muito fácil; são mais de 28.000 profissionais, de todas as especialidades, em todo o Brasil, e um amplo leque de clínicas de atendimento 24h. E mais: não há limite de utilização.

Se você ainda não faz parte de nossa força de vendas, entre em contato pelo telefone 0800 722 2152 e saiba por que somos a melhor escolha para 6,3 milhões de beneficiários!



**Campanha
Comercial 2016
“4 Estações”**

Venda produtos **empresariais**
OdontoPrev, acima de **200 vidas**, e
concorra a prêmios a cada troca de estação.
odontoprev.com.br/campanha/4estacoes



Cursos de qualificação e aprimoramento profissional

POR **BIANCA ROCHA**

Os corretores de seguros que pretendem se qualificar no segundo semestre podem contar com um leque de opções oferecido pela Escola Nacional de Seguros (ENS). A instituição está com uma grade repleta de cursos técnicos de curta duração (workshops) e de extensão, que serão organizados entre outubro e novembro. Os temas são variados e buscam aprimorar os conhecimentos teóricos e práticos dos profissionais nas diferentes áreas do seguro.

No dia 18 de outubro, a ENS dará início ao curso técnico de Comercialização dos Seguros de Transportes Nacionais Terrestres RCTR e RCF-DC. Com carga horária de 15 horas e investimento de R\$ 360, o corretor tem acesso aos conceitos, coberturas básicas e adicionais dos seguros de transportes nacionais e às principais cláusulas específicas do produto, além de informações sobre o seguro obrigatório de Responsabilidade Civil do Transportador Rodoviário de Carga (RCTR-C) e o seguro facultativo de Responsabilidade Civil do Transportador Rodoviário por Desaparecimento de Carga (RCF-DC). O pré-requisito para inscrição é ter ensino médio, conhecimentos básicos de seguros ou dois anos de experiência na área.

Saúde suplementar – Para quem quer conhecer um pouco mais sobre a área de saúde, a instituição coloca na grade, a partir de 24 de outubro, o cur-



ACERVO ENS

■ **Sala de aula:** a Escola oferece opções variadas de cursos para pessoas que pretendem ingressar no mercado ou para profissionais em busca de qualificação

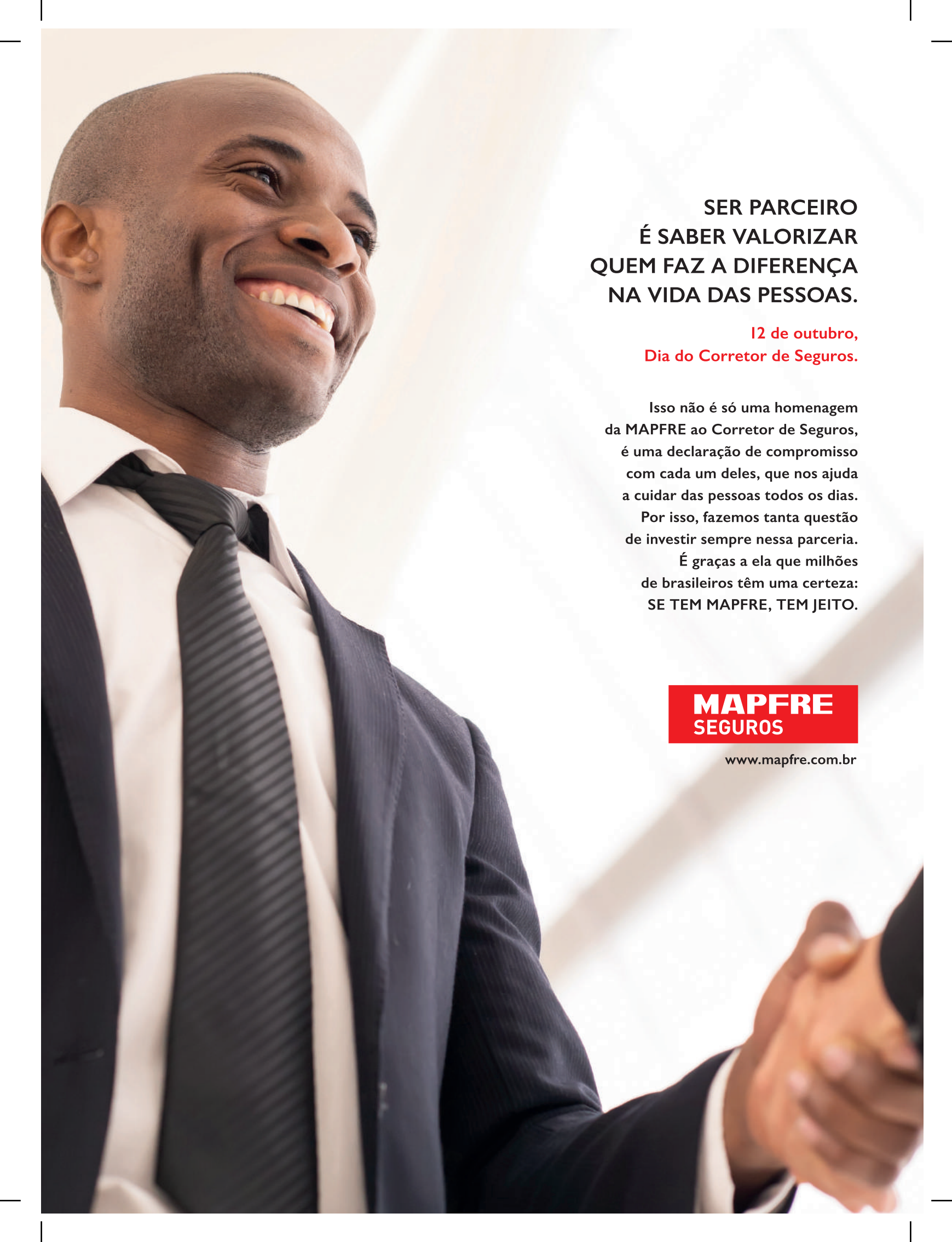
so técnico Saúde Suplementar – Fundamentos Técnicos e Comercialização, com 27 horas de duração e custo total de R\$ 550. O objetivo é que o aluno aprenda os conceitos básicos e técnicos para comercialização dos planos de saúde regulamentados pela Agência Nacional de Saúde (ANS), e tenha informações sobre as principais características dos planos privados de assistência à saúde e regras que orientam a celebração e cumprimento desses contratos.

Já os workshops 'Vistoria Prévia de Embarcações de Esporte e Recreio' e 'Controles Internos – Ferramenta de Auxílio à Gestão Estratégica' estão previstos para os dias 27 de outubro e 9 de novembro, respectivamente. O investimento é de R\$ 150 cada e os cursos têm duração

média de 3 horas. Não há pré-requisitos para as inscrições.

'Intermediação na Contração do Seguro – Reflexos Jurídicos' é o tema do curso de extensão que terá início em 3 de novembro. As aulas têm o objetivo de discutir e analisar os limites legais da atividade de corretagem de seguros na contemporaneidade. O aluno aprovado neste curso poderá solicitar o aproveitamento dos créditos nos cursos regulares de pós-graduação, de acordo com os programas respectivos. Para participar, é necessário ter nível superior. O investimento é de R\$ 584 divididos em duas parcelas de R\$ 292. Para mais informações sobre os cursos da ENS, o telefone é (21) 3380-1531 / 3380-1091.





**SER PARCEIRO
É SABER VALORIZAR
QUEM FAZ A DIFERENÇA
NA VIDA DAS PESSOAS.**

**12 de outubro,
Dia do Corretor de Seguros.**

Isso não é só uma homenagem da MAPFRE ao Corretor de Seguros, é uma declaração de compromisso com cada um deles, que nos ajuda a cuidar das pessoas todos os dias.

Por isso, fazemos tanta questão de investir sempre nessa parceria.

É graças a ela que milhões de brasileiros têm uma certeza:
SE TEM MAPFRE, TEM JEITO.

**MAPFRE
SEGUROS**

www.mapfre.com.br

Prazo para aviso de sinistro

Uma decisão da Terceira Turma do STJ, que trata sobre o prazo para aviso do sinistro, foi proferida no REsp 1546178, com relatoria do Ministro Ricardo Villas Boas Cueva, em que o autor ajuizou ação de cobrança contra a seguradora, visto que a indenização securitária requerida administrativamente foi negada, mesmo na ocorrência de sinistro coberto pelo contrato de seguro de automóvel: roubo do veículo segurado.

A seguradora fundamentou sua negativa no fato de o autor ter demorado cerca de três dias para comunicar o evento, o que causou a perda do direito à indenização e, para isso, invocou a seu favor o art. 771 do Código Civil, que dispõe que “sob pena de perder o direito à indenização, o segurado participará o sinistro ao segurador, logo que o saiba, e tomará as providências imediatas para minorar-lhe as consequências.” Acrescentou ainda que o aviso tardio facilitou o criminoso, pois teve tempo suficiente para vender o veículo a terceiro. “se a comunicação tivesse sido imediata, como diz a lei, o veículo tinha grandes chances de recuperação pela Polícia, alegou.

Na decisão de primeira instância o referido artigo foi afastado, ante a evidente boa-fé do segurado, julgando parcialmente procedente o pedido do autor para condenar a seguradora ao pagamento de R\$ 32.160, descontando-se os débitos sobre o veículo e o prêmio.

O Relator delimitou a discussão a saber: “se o atraso de alguns dias do segurado em comunicar o sinistro de roubo de veículo à seguradora é causa de perda do direito à indenização securitária oriunda de

contrato de seguro de automóvel, sobretudo ante a previsão contida no art. 771 do Código Civil (CC).”

Vale ressaltar que o atraso de três dias para o aviso de sinistro de roubo do automóvel se deu em razão de ameaças de morte feitas pelo criminoso quando da subtração do bem à mão armada no interior da residência da própria vítima. É que o veículo foi anunciado na internet para venda. Aparecendo o suposto comprador, o autor combinou um encontro no estacionamento de um supermercado e, após acertarem o preço, o suposto comprador fez contato, por telefone, para que fosse realizada a transferência do valor acertado para a conta do autor.

Com a intenção de acompanhar pela internet a transferência do valor, o autor levou o comprador até sua residência, momento em que, na garagem da casa da vítima o indivíduo sacou um revólver e anunciou o roubo e proferiu várias ameaças e inclusive de retornar para matar seus familiares e ordenou que não comunicasse a polícia por pelo menos uma semana.

Segundo o ministro, deve-se analisar quais as medidas a serem tomadas e se a ausência delas possam agravar o dano: “Assim, se não houver medidas a serem tomadas de imediato que possam minorar os efeitos do sinistro, ou se existirem fatos relevantes que impeçam o segurado de promover a comunicação de sinistro e o acautelamento de eventuais consequências indesejadas – a exemplo de providências que lhe possam causar efeitos lesivos ou a outrem –, não há como penalizá-lo com a drástica sanção de perda do direito à indenização, especialmente considerando a presença da boa-fé objetiva, princípio-chave que permeia todas as relações contratuais, incluídas as de natureza securitária.

No presente caso, o temor de represálias era real e não se poderia exigir conduta diferente do segurado. Sem se falar da presença da mais estrita boa-fé na conduta do segurado. Ao final, para ratificar a boa-fé do segurado, toda situação foi esclarecida. Apesar de o veículo ter sido alienado a terceiro, foi localizado e recuperado, tendo sido confirmado estelionato cometido pelo mesmo delinquente que havia falsificado o Documento Único de Transferência (DUT), cuja assinatura não correspondia à do segurado. As razões do recurso da seguradora não foram acolhidas e a indenização devida foi paga ao autor.

ARQUIVO PESSOAL



Ruth Maria Honório

Texto de autoria da advogada Ruth Honório, Consultora Jurídica do Sincor-RJ

Fonte de consulta: Publicações On-line





**CONQUISTE
NOVOS CLIENTES
E AUMENTE SUAS
RECEITAS COM A
CERTIFICAÇÃO
DIGITAL**



ACSINCORRIO

backoffice.acsincorrio.com.br/rede

uma iniciativa **SINCOR-RJ**

Carros voadores e outras inovações

Quem não teve a oportunidade de ler ainda, recomendo a leitura da entrevista de Sebastian Thrun, fundador da Google X, concedida ao jornal O Globo, em 18 de setembro. Aos 49 anos, ele responde pelos projetos mais arrojados da empresa, é professor da Universidade de Stanford e criador da Udacity, recém-lançada no Brasil.

Dentre as inúmeras proposições ousadas de Thrun, vamos nos ater à que diz respeito ao mercado de seguros brasileiro, em que as análises do executivo apontam para um futuro com redução substancial de automóveis – apenas 20% do que temos rodando hoje. Eles também serão mais baratos, autômatos e poderão voar. É isso mesmo que vocês estão lendo, já existem empresas trabalhando em projetos dos carros voadores nos Estados Unidos e com tecnologia apropriada para este grande feito. “Não há motivo para só termos carros autômatos no chão”, sustenta.

O que se desenha para daqui a cinco anos são carros com metade computador, metade automóvel. Um carro integrado com seu telefone, sua agenda, com telas de toque, que irá conversar com o motorista. Enquanto o carro anda você poderá ditar seus e-mails. Os veículos serão também mais eficientes e bonitos.



DIVULGAÇÃO/AACONSEG-RJ

Com estas mudanças, ele afirma que “muitos estacionamentos não serão mais necessários, as ruas ficarão mais limpas e ganharão espaço”, e acrescenta a indagação: “E como mudará a indústria da construção civil se garagens deixarem de ser necessárias? E se veículos são o principal negócio das seguradoras, como ficarão?”

O que o nosso mercado está fazendo para se antecipar a esta realidade que baterá em nossas portas daqui a alguns anos? Estamos sendo proativos? Projetamos nossos negócios em função deste cenário tecnológico? Não precisa ser especialista para perceber que as experiências com a telefonia, computadores, games e outras tantas engenhocas, surgiram há muito

pouco tempo e continuam a evoluir a passos largos, sem pedir licença para mudar radicalmente suas formas e conteúdo. E chegarão em breve ao nosso mercado.

Se continuarmos oferecendo os mesmos produtos, buscando as mesmas saídas e usando o mesmo discurso, provavelmente seremos engolidos pela efervescência tecnológica, que desenvolve novidades diariamente para simplificar a vida do cidadão, diante de um mundo que exige praticidade, mas também capacitação e ousadia para avançar e propor soluções mais simples e baratas.

Se inovar é preciso, é tempo de refletirmos sobre nossos caminhos, nossas escolhas, sem deixar de olhar para frente e de ser visionários em relação ao futuro, às necessidades das novas gerações que desejam produtos e serviços que atendam às suas necessidades.

Tentar imaginar o mundo descrito por Sebastian Thrun é um bom começo. Acho bom começarmos a pensar e nos preparar porque o futuro já chegou.

Luiz Philipe Baeta Neves

Presidente da Aconseg-RJ



#Liberte seu PORQUINHO

Poupe **no Sicoob**

LOGGIA



A Poupança Sicoob tem a força da maior Instituição Financeira Cooperativa do País. Aqui, seu porquinho ganha vida nova e seu dinheiro, vida longa.



Game, filmes e muito mais:
www.liberteseuporquinho.com.br

Procure uma cooperativa Sicoob.

SAC: 0800 724 4420 • Ouvidoria: 0800 646 4001

Deficientes auditivos ou de fala: 0800 940 0458

 **SICOOB**
ASSOCIADO A VOCÊ.

Vem aí o maior evento do mercado no Rio de Janeiro



O Sincor-RJ promoverá, no dia 28 de outubro, a 6ª edição do Encontro de Corretores de Seguros do Estado do Rio de Janeiro (Enconseg). O maior evento do setor no Rio de Janeiro, mais uma vez será realizado no Centro de Convenções SulAmérica (Avenida Paulo de Frontin, 1 – Cidade Nova). O tema nesta edição é: Aprender, Vender e Vencer. Vamos Juntos?"

"Vamos reunir mais de mil profissionais, inclusive de outros estados, como São Paulo e Minas Gerais, e teremos, como sempre,

palestrantes de alto nível, que irão abordar questões atuais sobre economia e estratégia de vendas, entre outros temas", afirma o diretor Social do Sindicato, Nilo Rocha.

O evento começa às 8h, com a participação de dirigentes das principais entidades do mercado de seguros e dos órgãos reguladores. Na programação estão previstas palestras do conceituado jornalista Dony de Nuccio (GloboNews), Raul Candeloro (especialista da área de vendas e gestão), Silvio Barros (engenheiro especialista em engenharia ambiental), Gabriel Portella (presidente



Aprender, Vender e Vencer.
Vamos Juntos?

VI ENCONSEG

da SulAmérica) e Clóvis de Barros Filho (escritor, jornalista e advogado). Os debates terão intervalos para almoço e coffee break e o encerramento está previsto às 18 horas.

O 6º Enconseg terá o patrocínio exclusivo da SulAmérica. "É uma satisfação muito grande poder apoiar novamente essa iniciativa. O encontro com nossos parceiros é fundamental para encarar os desafios do setor e pensar em novas soluções", afirma o vice-presidente Comercial da SulAmérica, Matias Ávila.

As inscrições poderão ser feitas até o dia 18 de outubro pelo tel: 21-3505-5900 ou diretamente no site: <http://enconseg.com.br/inscricoes>

Sincor-RJ reúne corretores em Três Rios

O Sincor-RJ promoveu, em agosto, mais um encontro com corretores de seguros de Três Rios e região. Segundo o representante do Sindicato, Jonas Marques, o "bate papo" foi importante para que os profissionais locais pudessem expor eventuais dificuldades que enfrentam no seu dia a dia. "A nossa intenção é promover eventos

periodicamente para nos manter sempre antenados com as necessidades dos corretores de seguros da região", explica Marques. A representação do sindicato na região inclui oito cidades do entorno de Três Rios, no Centro-Sul do estado. A economia local tem como principal atividade o comércio de bens e serviços.



Sindicato terá representação na Barra

No final de outubro – em data ainda a ser confirmada – o Sincor-RJ promoverá, na Barra da Tijuca, um almoço para ouvir os corretores de seguros da região, que acolhe um número expressivo de profissionais. “Nesse encontro, vamos definir detalhes para a instalação de uma representação do Sindicato na Barra da Tijuca e também escolher quem será o representante local”, adianta o diretor do Sincor-RJ, Jorge Mariano. Segundo ele, será avaliada no futuro a possibilidade de a representação ser transformada em delegacia do Sindicato, em função do grande número de profissionais que atuam naquela região.

Palestra para as mulheres no auditório

Palestra sobre um tema de extrema importância para as mulheres: ‘Câncer de Mama – Mitos e Verdade’ foi promovida pelo Sincor-RJ no dia 3 de outubro, às 14h, no auditório da sede da entidade. A palestra foi feita pela mastologista Thereza Christina Cypreste, uma das maiores autoridades no assunto, no Rio de Janeiro. O evento, que teve inscrição gratuita, contou com a participação das corretoras de seguros, além das mães, filhas, amigas e irmãs de algumas delas.

Encontro com corretores de Volta Redonda



ACERVO P&S

O presidente do Sincor-RJ, Henrique Brandão, participou de um bate-papo com corretores de seguros de Volta Redonda e Região no dia 21 de setembro, abordando temas como a importância de o corretor investir em novas oportunidades de negócios, nas mais diferentes carteiras, e

utilizar as ferramentas tecnológicas para agilizar e aprimorar o atendimento aos clientes. Os profissionais presentes também puderam expor suas preocupações com problemas específicos da região.

O encontro foi organizado pelo representante do Sindicato em Volta

Redonda, Luiz Henrique, que agradeceu o apoio da diretoria e destacou a importância desse tipo de evento para que os corretores de seguros da região possam ficar bem informados sobre assuntos de seu interesse direto. Cerca de 60 corretores participaram do encontro.

Campanha “Vendeu, Ganhou!”

O Porto Seguro Odontológico oferece mais uma vantagem para os corretores de todo o país: a campanha “Vendeu, Ganhou!”, que vai até 31 de dezembro, tem o objetivo de engajar, reconhecer e premiar os profissionais que conquistarem novas vidas nos planos odontológicos da seguradora. Durante a ação serão consideradas as apólices novas emitidas a partir de 1º de julho de 2016. Ao participar da campanha, o corretor receberá um bônus extra a cada 100 novas vidas sobre o valor do agenciamento, que será contabilizado mensalmente. Para Sandra Ossent, gerente do Porto Seguro Odontológico, a iniciativa ressalta a importância do corretor de seguros para a companhia e é um incentivo para o profissional ampliar sua rede de atuação e gerar novos negócios. Os produtos da carteira do Porto Seguro Odontológico participantes da campanha são aqueles cotados por meio do corretor on-line. Para ter acesso a todos os detalhes da iniciativa, acesse: <https://www.portoseguro.com.br/col/trs/>.

Rede Lojacorr Consórcios

A Rede Lojacorr acaba de firmar parceria com a BR Consórcios para criação da Rede Lojacorr Consórcios, que terá como foco a comercialização de consórcios de imóveis, automóveis, motocicletas e serviços. Os créditos variam entre R\$ 7 mil e R\$ 300 mil e o processo de venda e operacional será realizado on-line, reduzindo assim a emissão de papel, e facilitará o dia a dia dos corretores e clientes. Hoje, a Rede Lojacorr conta com mais de 800 corretores de seguros, distribuídos em 250 municípios do país. O mercado de consórcios tem conquistado os brasileiros, e só neste ano – de janeiro a abril – já foram concedidos R\$ 14,01 bilhões de crédito nos diversos produtos, em todo país. “Com a união das duas empresas, o corretor de seguros terá em seu portfólio um produto inovador e que vem completar a sua oferta de soluções”, afirma o vice-presidente da Rede Lojacorr, Diogo Arndt Silva.

Lançamento de livro sobre seguros

O Centro de Pesquisa e Economia do Seguro (CPES), da Escola Nacional de Seguros, acaba de lançar o volume 48 da série Cadernos de Seguro – Teses. O título “Alocação Tática de Ativos para Empresas de Previdência Complementar”, escrito pelo atuário Thiago Barata Duarte, apresenta um novo modelo de gestão de ativos e passivos (do inglês ALM – Asset and Liability Management) para definir dinamicamente a alocação ótima dos ativos e mensurar o risco de insolvência da companhia ao longo do horizonte de planejamento. No prefácio, o analista técnico da Susep César da Rocha Neves afirma que a obra é relevante para profissionais das seguradoras e entidades de previdência, por apresentar um modelo dinâmico de definição da alocação ótima dos ativos. O livro pode ser adquirido no site da Escola (www.funenseg.org.br), pelo valor de R\$ 30.



DIVULGAÇÃO ENS

Prêmio para corretora de resseguros

A Willis Towers Watson, empresa global de consultoria, corretagem e soluções, foi eleita como melhor Corretora de Resseguros no Prêmio de Seguros do Brasil 2016, da Revista Latam Insurance Review. O evento aconteceu no dia 31 de agosto, em São Paulo, e nomeou os indivíduos e empresas que mais se destacaram no mercado brasileiro. Luis Maurette, head da América Latina na Willis Towers Watson, recebeu o prêmio ‘Lifetime Achievement Awards’, em reconhecimento à sua contribuição ao desenvolvimento do setor de seguros no Brasil. “Sinto-me lisonjeado com a homenagem e feliz por ter participado da evolução deste importante mercado no país”, ressaltou Maurette. Com origem em 1828, a Willis Towers Watson tem 39 mil colaboradores em mais de 120 países.



DIVULGAÇÃO



Fiador Fácil.

Um ótimo negócio para você e para seus clientes.

Com **Fiador Fácil**, seu cliente não precisa de cheque-caução nem de fiador. E com apenas um pagamento, garante a locação do imóvel comercial ou residencial, de um jeito simples e sem burocracia. O cliente resgata 100% do valor pago ao final do plano e ainda concorre a prêmios em dinheiro toda semana.

A Icatu Seguros é a opção certa para você fechar suas vendas com muito mais facilidade.

Entre em contato com o seu gerente comercial ou com a nossa equipe através do e-mail: fiadorfacil@icatusseguros.com.br
21 3231-8404



ESPECIALISTA NO QUE TEM VALOR PRA VOCÊ.

icatusseguros.com.br

Icatu | SEGUROS

Título de pagamento único da modalidade tradicional emitido por ICATU CAPITALIZAÇÃO S/A, CNPJ/MF nº 74.267.170/0001-73, SUSEP nº 15414.900631/2013-69 e 15414.001716/2012-81. A aprovação deste título pela SUSEP não implica, por parte da Autarquia, em incentivo ou recomendação à sua aquisição, representando, exclusivamente, sua adequação às normas em vigor. É proibida a venda a menores de 16 anos. As regras de carência e resgate, bem como os percentuais das quotas destinadas ao sorteio e à capitalização, constam descritas nas Condições Gerais, disponíveis no site www.icatusseguros.com.br. Serviço de Informação ao Cidadão SUSEP 0800 021 8484 (dias úteis, das 9h30 às 17h) ou www.susep.gov.br. Ouvidoria Icatu Seguros: 0800 286 0047, de 2ª a 6ª, das 8h às 18h, exceto feriados (ao ligar, tenha em mãos o número do protocolo de atendimento).

Hoje é o dia de celebrar
um **grande profissional!**

Só quem é corretor sabe como o empenho e o foco são importantes para conquistar tantos objetivos. É por isso que admiramos a sua persistência e a sua paixão de trabalhar sempre com vontade. Nesta data especial, a **Amil** tem a honra de parabenizá-lo e agradecê-lo.

Afinal, você é o grande responsável por nos ajudar a ser uma empresa melhor a cada dia.



Feliz Dia do Corretor.



Uma homenagem da **Amil**.



12 de outubro – **Dia do Corretor.**

ONE
HEALTH

Amil Dental

Amil