

SEGUROS

Proteção para todos

De janeiro a julho deste ano, faturamento do mercado segurador nacional cresceu 6,5%

A contínua evolução do setor de seguros no Brasil – que, de acordo com a Superintendência de Seguros Privados (Susep), atingiu a marca de R\$ 57,2 bilhões em faturamento nos sete primeiros meses do ano, excluindo as modalidades VGBl e saúde – está muito bem alicerçada. Armando Vergílio dos Santos Júnior, presidente da Federação Nacional dos Corretores de Seguros Privados e de Resseguros, de Capitalização, de Previdência Privada, das Empresas Corretoras de Seguros e de Resseguros (Fenacor), aponta como um dos maiores diferenciais desse mercado a qualidade técnica e profissional dos corretores, que participam diretamente de mais de 85% da distribuição nacional de apólices. “As seguradoras também investem forte no desenvolvimento de inovadores produtos e no aprimoramento do atendimento”, acrescenta, mencionando ainda a forte sinergia entre empresas e corretores. “Essas razões explicam o crescimento do mercado sempre acima do PIB nacional nos últimos dez anos”. O presidente do Sindicato dos Corretores de Seguros, de Empresas Corretoras de Seguros, de Resseguros, de Saúde, de Vida, de Capitalização, de Previdência Privada (Sincor) no Estado de São Paulo, Alexandre Camillo, também aponta o fato de o consumidor estar cada vez mais consciente de suas necessidades em termos de seguro, além de mais próximos dos produtos ofertados pelas mãos dos corretores.

Otimista, Vergílio diz que, mesmo em ritmo menos acelerado, a indústria de seguros

continuará expandindo porque sua capacidade ociosa é elevada e há muitos nichos inexplorados. “Apesar da crise, são muitas as oportunidades: apenas 30% da frota nacional de veículos está segurada e menos de 15% das residências são protegidas pelo seguro. A população ainda está subsegurada, assim como os pequenos negócios”, cita. No caso dos automóveis, o executivo defende que a Lei do Desmonte criou as condições para o lançamento de seguro para carros fabricados há mais de dez anos. “Com isso, mais de 20 milhões de proprietários serão diretamente beneficiados, o que criará um imenso nicho de mercado”, observa. O setor também trabalha, segundo ele, para divulgar cada vez mais a importância do seguro residencial, “que custa muito menos do que a população imagina”. E há ainda espaço para crescimento na área rural, no ramo de garantias e de crédito e no segmento de responsabilidade civil. Alexandre Camillo, do Sincor, compartilha essa avaliação. “A solidez da indústria seguradora é muito grande, nosso seguro de automóveis é um dos melhores do mundo e as entidades do setor estão fortalecidas”, afirma.

No ritmo do faturamento, nos sete primeiros meses do ano, a Susep apurou elevação também dos prêmios diretos – 17% em relação ao mesmo período de 2014 – e do número de sinistros (9,3%, na mesma comparação). Porém, mais recentemente têm sido apresentadas quedas nesse último indicador, nos seguros de automóveis, especialmente na capital paulista, ao que tudo indica motivadas também pela redução



Produtos para todas as necessidades diferenciam as seguradoras

do limite de velocidade nas marginais e em outras vias.

Alternativas

Fortemente atrelado ao desempenho da economia, o setor de seguros obviamente passou a crescer em ritmo mais lento nos últimos meses. “Estamos vivenciando adversidade econômica e instabilidade política, mas não podemos desconsiderar que continuamos a ser a sétima maior economia do mundo”, pondera o presidente do Sincor. E compara, para justificar que há espaço a ser conquistado: “No primeiro semestre, o seguro de automóveis cresceu 5% enquanto as vendas de veículos novos caíram 20%”.

Camillo acrescenta que os corretores de seguros têm uma oportunidade quase única, diante de outros prestadores de serviço, de explorar sua carteira de clientes. “O profissional pode inovar, agregar outros segmentos, estreitar o relacionamento com os clientes por meio do *cross-selling* (técnica na qual há tentativa de vender aos já clientes outros produtos e serviços

além daquele que originalmente levou à relação de parceria). É preciso debruçar sobre a carteira, estudar o perfil de cada um dos clientes e identificar novas oportunidades para eles”, reforça.

O executivo admite que o setor é atingido por momentos de instabilidade, como o atual. “Os desafios serão grandes, mas temos possibilidades, temos mercado, e o Brasil tem um grande potencial, tanto de recursos como de consumo”, diz, citando como exemplo o avanço de 2,2 mil, em 1990, para 37 mil (hoje) da base de agentes em atuação no mercado.

Armando Vergílio, da Fenacor, também garante que as expectativas são as melhores possíveis: “Vamos continuar crescendo, na crise. E, depois, cresceremos ainda mais. Não há país desenvolvido que não conte com um mercado de seguros forte. E o Brasil, para atingir o patamar que almeja entre as grandes nações desenvolvidas, não pode prescindir de um mercado de seguros forte o suficiente para servir de pilar do processo de crescimento sustentado da nossa economia.”

Faturamento - Seguros*			
Meses	2014 (R\$)	2015 (R\$)	Varição
Janeiro	7.901.516.854	8.214.681.053	4,0%
Fevereiro	7.359.519.741	7.352.478.176	-0,1%
Março	7.154.229.478	8.504.138.569	18,9%
Abril	7.660.350.292	7.891.233.738	3,0%
Mai	7.889.250.270	8.105.855.775	2,7%
Junho	7.842.597.990	8.727.701.175	11,3%
Julho	7.904.557.908	8.400.251.327	6,3%
Total	53.712.022.534	57.196.339.812	6,5%

Fonte: Susep. *Não inclui VGBl, sem a modalidade saúde - regulada pela ANS

Prêmios diretos**			
Meses	2014 (R\$)	2015 (R\$)	Crescimento
Janeiro	11.267.852.522	12.637.292.351	12,2%
Fevereiro	11.307.396.565	13.193.709.156	16,7%
Março	12.157.756.326	16.643.212.284	36,9%
Abril	13.494.281.402	14.457.812.389	7,1%
Mai	15.467.560.647	16.170.464.872	4,5%
Junho	14.337.395.070	17.762.228.613	23,9%
Julho	12.527.542.240	15.051.627.589	20,1%
Total	90.559.784.772	105.916.347.255	17,0%

Fonte: Susep. **Não inclui a modalidade saúde - regulada pela ANS

MICROSSEGUROS

Garantia a diversas faixas de renda

Com variados pontos de distribuição – de correspondentes bancários a lojas de varejo –, prêmios mensais baixos e diferentes coberturas, os microsseguros visam atender necessidades específicas das famílias de baixa renda. Criada na Índia, a modalidade foi regulamentada no Brasil em junho de 2012 pela Susep, de forma que os produtos desempenhem papel importante nos desenvolvimentos econômico e humano. Com essas características, há microsseguros com diferentes garantias de proteção e é crescente tanto o faturamento da modalidade quanto o número de seguradoras que a oferecem.

Segundo dados da Susep, até julho deste ano, os microsseguros eram responsáveis por 3% do faturamento do setor. Na comparação com o mesmo período de 2014, o crescimento foi

de 180,9%, o maior entre todas as modalidades. E as expectativas são de contínua evolução. De acordo com a Confederação Nacional das Empresas de Seguros Gerais, Previdência Privada e Vida, Saúde Suplementar e Capitalização (CNseg), o Brasil reúne os principais indicadores para uma acelerada expansão do microsseguro, que pode atender um contingente de 100 milhões de adultos.

No Grupo Segurador BB e Mapfre, um dos líderes no ramo, o desempenho dos microsseguros também tem apoiado os bons resultados. De janeiro a março deste ano, o crescimento da modalidade na organização foi de 140%. Já os prêmios saltaram de R\$ 9 milhões em 2013, quando foram regulamentados, para R\$ 85 milhões em 2014.

Microseguro x seguro popular

No Brasil, o termo “seguro popular” é usado para designar produtos massificados com importâncias seguradas e prêmios de pequeno valor. Mas seguro popular não é o mesmo que microsseguro, uma vez que essa modalidade está direcionada às necessidades específicas das famílias de baixa renda, enquanto o seguro popular é para todos os tipos de consumidores.

Fonte: Susep

Coberturas de pessoas e danos

As definições de cada cobertura em microsseguros estão regulamentadas na Circular nº 440/2012 da Susep. Segundo o documento, os planos de microsseguro poderão ofertar basicamente as seguintes proteções, isoladamente ou em conjunto:

■ **Coberturas de pessoas:** morte; morte acidental; reembolso de despesas com funeral (RF); invalidez permanente total por acidente (IPTA); despesas médicas, hospitalares e/ou odontológicas decorrentes de acidente pessoal (DMHO); prestamista; educacional; diárias por internação hospitalar (DIH); diárias por incapacidade temporária (DIT); desemprego; doenças graves (DG); cláusula

suplementar de inclusão de cônjuge e dependentes e viagem.

■ **Coberturas de danos:** incêndio; queda de raio; explosão, danos elétricos, vendaval; desmoronamento total ou parcial; alagamento e inundação; equipamentos eletrônicos; equipamentos não eletrônicos; pagamento de aluguel de equipamento; perda de renda – equipamento; roubo e/ou furto qualificado; pagamento de aluguel; perda temporária de renda; gastos extras e despesas com documentação; responsabilidade civil familiar; responsabilidade civil – uso e conservação do imóvel; embarcação de pequeno porte – perda total da embarcação; e embarcação de pequeno porte – perda de rede de pesca.

Produto conta com amplo leque de proteção

DESMONTE

Uma lei, vários beneficiados

A chamada “Lei do Desmonte”, nº 12.944/14, de autoria do ex-deputado e presidente da Fenacor, Armando Vergílio, pode reduzir em 50% o número de roubos e furtos de automóvel – a exemplo do que ocorreu na Argentina após a entrada em vigor de dispositivo semelhante. A expectativa foi apresentada pela entidade durante audiência pública promovida no fim de setembro pela Comissão de Viação e Transportes da Câmara dos Deputados. A ideia é que, ao regular e disciplinar a atividade de desmontagem de veículos automotores terrestres, a lei combata o comércio clandestino de peças. Por consequência, os roubos e furtos diminuiriam, já que as atividades dos ferros-velhos seriam regularizadas. Outro ganho adicional se-



ria a viabilização do seguro para carros mais antigos e a provável redução dos preços do produto tradicional, em consequência da queda dos roubos e furtos, da redução dos acidentes e da utilização de peças certificadas, mais baratas que as novas.

O cumprimento da Lei do Desmonte em todo o País, no entanto, depende de regulamentação nos estados. “Estamos perdendo um tempo precioso”, afirma o presidente da Fenacor, alegando que no Estado de São Paulo, que saiu na frente e aprovou a regulamentação, os roubos de veículos já apresentam redução de 30%.

Acesse o caderno Seguros on-line em www.pointcm.com.br/online/seguros2015

PERFIL

Um mercado com vários protagonistas

Amadurecimento e profissionalismo caracterizam a história do setor desde que foi constituído no Brasil

Na gestão de um setor que, de acordo com estimativas, deve apresentar crescimento de mais de 12% neste ano – na

comparação com 2014 –, atuam diversas organizações com diferentes propósitos. Elas são capitaneadas pela Susep, autarquia vinculada ao Ministério da Fazenda que responde pelo controle e pela fiscalização tanto do mercado de seguro como de previdência privada aberta, capitalização e resseguro. Veja as principais entidades.

Confederação Nacional das Empresas de Seguros Gerais, Previdência Privada e Vida, Saúde Suplementar e Capitalização (CNSeg)

Criada pelas federações associativas de seguros gerais (FenSeg), de previdência privada e vida (FenaPrevi), de saúde suplementar (FenaSaúde) e de capitalização (FenaCap), tem como missão congregar as principais lideranças, coordenar ações políticas, elaborar o planejamento estratégico do setor e representar o segmento perante o governo, a sociedade e as entidades nacionais e internacionais.

Federação Nacional de Seguros Gerais (FenSeg)

Constituída para compor o novo modelo de representação institucional do mercado segurador brasileiro, está direcionada ao desenvolvimento das atividades específicas dos ramos de seguros do segmento seguros de danos.

Federação Nacional de Previdência Privada e Vida (FenaPrevi)

Visa congregar e representar empresas e entidades dos segmentos de previdência privada e seguros de pessoas na busca do fortalecimento dos segmentos econômicos em que atuam suas associadas, contribuindo para o desenvolvimento econômico e social do País.

Federação Nacional de Saúde Suplementar (FenaSaúde)

Representa 18 grupos de operadoras de planos privados de assistência à saúde, totalizando 24 empresas entre 1.199 operadoras em atividade com beneficiários.

Federação Nacional dos Corretores de Seguros Privados e de Resseguros, de Capitalização, de Previdência Privada, das Empresas Corretoras de Seguros e de Resseguros (Fenacor)

É reconhecida como entidade coordenadora dos interesses da categoria econômica dos corretores de seguros e de capitalização. Representa, judicial e extrajudicialmente, 25 sindicatos estaduais filiados e

77 delegacias, tendo por finalidade básica proteger e defender os interesses da categoria econômica representada, constituída por mais de 95 mil corretores de seguros, sendo aproximadamente 60 mil pessoas físicas e 35 mil pessoas jurídicas. A Fenacor é também um dos mantenedores da Fundação Escola Nacional de Seguros (Funensseg).



Armando Vergílio
Presidente da Fenacor



Alexandre Camillo
Presidente do Sincor

Sindicato dos Corretores de Seguros, de Empresas Corretoras de Seguros, de Resseguros, de Saúde, de Vida, de Capitalização, de Previdência Privada no Estado de São Paulo (Sincor-SP)

Entidade de defesa e coordenação de interesses econômicos da corretagem no Estado, promovendo cursos, elegendo ou designando representantes, celebrando convenções, acordos e contratos coletivos de trabalho e promovendo ações e medidas judiciais previstas em lei e normas convencionais. Uma de suas principais bandeiras é a profissionalização do setor. Para isso, duas grandes ações vêm sendo realizadas: A Voz do Empreendedor e o Fórum de Oportunidades. Também foi promovido neste ano em Atibaia (SP) um encontro entre profissionais que contou com palestras motivacionais, ministradas por professores da USP, sobre gestão, *cross-selling* e a necessidade de empreender para crescer.

HISTÓRIA

Trajetória é marcada pela consistência

Desde 1808, quando foi criada a Companhia de Seguros Boa-Fé, primeira do ramo no Brasil, o setor vem crescendo de maneira sólida e consistente. Em 1862, quando já havia uma segunda empresa em atuação, a Cia. Tranquilidade – pioneira em ofertar a modalidade vida –, o País abriu as portas para as sucursais de seguradoras estrangeiras. E, pouco mais de 40 anos mais tarde, concentrou as atividades de fiscalização do mercado segurador na Superintendência Geral de Seguros. Em 1966 surgiram o Sistema Nacional de Seguros Privados e a Superintendência de Seguros Privados (Susep), e em 1996 foi permitido o controle das empresas locais por grupos estrangeiros. Desde o início da década de 2000 seguiu-se então um período de forte expansão do crédito e inclusão social, o que ampliou o mercado interno, com boas perspectivas para o setor – que tem conseguido aproveitar as oportunidades. Hoje, de acordo com classificação da Susep, o segmento nacional de seguros gerais (seguros de danos) contempla 88 ramos, distribuídos nos seguintes 13 grupos:



Escola para o desenvolvimento

O setor de seguros cresce e continuará crescendo, por conta da demanda reprimida, porém não de forma linear. Como explica o presidente da Escola Nacional de Seguros (Funensseg), Robert Bittar, alguns ramos, como VGBL, PGBL, saúde, vida e responsabilidade civil – em especial de gestores – devem continuar impulsionando o mercado. Em compensação, outros segmentos tendem a decrescer, como o de automóveis, em razão da queda nas vendas, e de obras de infraestrutura. Por isso mesmo, segundo o executivo, é tão importante que a mão de obra do setor seja criativa e qualificada. “Em momentos de crise, um profissional bem formado detecta oportunidades em outros nichos de mercado além dos que está habituado a trabalhar”, observa. Em relação à carreira na área, ele garante: “é extremamente promissora”. E defende que, assim como o segmento de informática, o de seguros também tem histórico de desenvolvimento contínuo e potencial de expansão, seja em cenário de economia em alta, seja em momentos de crise. Além de contribuir para a profissionalização do mercado

segurador, a Escola Nacional de Seguros desenvolve uma série de projetos, por intermédio do Centro de Pesquisa e Economia do Seguro (CPES), que beneficiam toda a sociedade. Um dos estudos, sobre os custos dos acidentes de trânsito, resultou no Portal de Estatísticas de Acidentes de Trânsito, desenvolvido em parceria com o Observatório Nacional de Segurança Viária. Disponível no site da Funensseg, [link http://iris.onsv.org.br/portaldados/](http://iris.onsv.org.br/portaldados/) #/,



FOTO: XXXXXXXXXXXXXXX

o estudo busca mostrar a vitimização causada pelos acidentes de trânsito. “Estamos vivendo uma guerra permanente”, afirma o diretor do CPES, Claudio Contador, ao considerar todas as perdas anuais decorrentes de mortes e invalidez temporária e permanente – segundo estudos contidos no link do Centro, o equivalente a 4% do PIB. Para reverter esse cenário, Contador defende a elaboração de políticas públicas (a exemplo de lei seca, de redução de velocidade e obrigatoriedade do uso do cinto), investimentos em infraestrutura viária e, sobretudo, educação. “Temos de ensinar noções de trânsito desde o ensino básico”, afirma.

Estudos também divulgados no site da Funensseg/CPES mostram que as perdas anuais por acidentes equivalem a

4%
do PIB

GLOSSÁRIO

Universo segurador sem mistério

Confira as principais expressões utilizadas no mercado segurador e entenda melhor esse universo.

Apólice – Documento que formaliza o contrato de seguro, estabelecendo os direitos e as obrigações da sociedade seguradora e do segurado e discriminando as garantias contratadas.

Arbitragem – Resolução de um conflito por um terceiro, fora do âmbito do Poder Judiciário, denominado Juízo Arbitral, a cuja decisão se submetem as partes em litígio.

Beneficiário – Pessoa física ou jurídica à qual é devida a indenização em caso de sinistro.

Bônus – Desconto obtido pelo segurado na renovação do seguro, desde que não tenha havido nenhuma ocorrência de sinistro durante o período de vigência da apólice anterior, qualquer transferência de direitos ou obrigações ou qualquer interrupção no contrato de seguro.

Cobertura – Designação genérica dos riscos assumidos pelo segurador.

Contribuição – Valor correspondente a cada um dos aportes destinados ao custeio do plano.

Dano – Prejuízo sofrido pelo segurado e indenizável ou não, de acordo com as condições do contrato.

Evento – Toda e qualquer ocorrência ou acontecimento decorrente de uma mesma causa passível de ser garantido por uma apólice de seguro.

Franquia – Quantia fixa, definida na apólice, que, em caso de sinistro, representa a parte do prejuízo apurado que poderá deixar de ser paga pela seguradora, dependendo das disposições do contrato.

Garantia – Nos Seguros de Responsabilidade Civil, o termo é usado com vários sentidos: a) como sinônimo do próprio contrato de seguro; b) significando o valor limite, previsto no contrato, por cujo pagamento e/ou reembolso a seguradora se responsabiliza, em decorrência de sinistro; c) para especificar as opções de contratação do Seguro de Responsabilidade Civil, a saber, “Garantia Única” ou “Garantia Triplíce”; e d) no sentido de compromisso ou aval, da seguradora para com o segurado, pois aquela “garante” o pagamento de perdas e danos devidos por este a terceiro, em caso de sinistro.

Indenização – Valor que a sociedade seguradora deve pagar ao segurado ou beneficiário em caso de sinistro coberto pelo contrato.

Ocorrência – Acontecimento, circunstância. Usa-se às vezes como sinônimo de evento danoso, sinistro, ou, ainda, agravamento de risco.

Prêmio – Importância paga pelo segurado ou estipulante/proponente à seguradora para que ela assumo o risco a que o segurado está exposto.

Resseguro – Operação de transferência de riscos de uma cedente (seguradora), com vistas a sua própria proteção, para um ou mais resseguradores, por meio de contratos automáticos ou facultativos.

Sinistro – Ocorrência do risco coberto, durante o período de vigência do plano de seguro

Fonte: Superintendência de Seguros Privados (Susep)

Ele vai se formar na faculdade?



Ele vai se formar em qual faculdade?

Não existem respostas para o futuro, mas você pode escolher as perguntas.

Faça hoje um seguro de vida e deixe o futuro da sua família protegido.

Prudential
www.prudentialdoBrasil.com.br

AIG

AIG Seguros. Há mais de 65 anos oferecendo soluções de seguro para empresas e pessoas no Brasil.



PROTEGER PESSOAS TAMBÉM
É TRABALHAR PARA TRANSFORMAR
NÚMEROS EM SOLIDEZ E CONFIANÇA.

- LÍDER NOS RAMOS EM QUE ATUAMOS.
- FATURAMENTO DE R\$ 16 BILHÕES.
- RESULTADO DE R\$ 1,6 BILHÃO.
- PATRIMÔNIO LÍQUIDO DE R\$ 5,8 BILHÕES.
- ENTRE AS MELHORES EMPRESAS PARA SE TRABALHAR (GREAT PLACE TO WORK – GPTW).

**GRUPO SEGURADOR
BB E MAPFRE**

SEGMENTOS

Amparo e assistência em



FOTO: NATALIA MEZLIVANOVA

Modalidades de seguros disponíveis no mercado se

O mercado de seguros no Brasil tem evoluído no compasso das mudanças socioeconômicas e tecnológicas. Pessoas e empresas estão se precavendo de situações capazes de acarretar despesas que não cabem no orçamento. Assim, além de proteger os consumidores, os vários segmentos de seguros ajudam a movimentar a economia e suplementam os governos no fornecimento de serviços cruciais nas áreas de saúde e seguridade social, por exemplo.

Pesquisas comprovam es-

se cenário. Levantamento da consultoria Mercer, promovido em 2014 com 696 empresas, constatou que 94% das corporações oferecem seguro de vida. Já a consultoria Hays, em estudo realizado com 700 organizações e divulgado no Guia Salarial 2013, demonstrou que o seguro saúde era concedido por 90,4% dos entrevistados, o seguro de vida por 86,9% e o odontológico por 79,8% das empresas consultadas.

E há oportunidades para crescimento. Ainda é pequena a oferta de benefícios voluntários pelas empresas, que in-

cluíam, por exemplo, seguro de automóvel ou residencial. Segundo a Mercer, 71% das organizações no Brasil não preveem esse diferencial em suas políticas de recursos humanos.

Os seguros contratados por pessoas físicas também têm margem expressiva para evolução. Segundo estudo da Federação Nacional de Seguros Gerais (Fenseg), de setembro deste ano, apenas 13% das residências brasileiras estão cobertas pelo seguro e, da frota nacional de veículos, somente 30% são segurados. Esse cenário, contudo, pode

PRODUTOS

Conhecidos do grande público

Com exceção das modalidades garantia estendida e rural, que, segundo a Susep, apresentaram decréscimo no faturamento nos sete primeiros meses do ano na comparação com o mesmo período de 2014, as principais segmentações de seguro registraram crescimento. Confira os resultados e como funcionam os tipos de seguro mais conhecidos dos brasileiros.

Automóveis

↑
5,5%

O segmento registrou faturamento de R\$ 17.770.055.392 entre janeiro e julho de 2015, crescimento de 5,5% na comparação com o mesmo período de 2014. Ele engloba duas modalidades: Valor Determinado e Valor de Mercado Referenciado. No Valor de Mercado Referenciado, em caso de sinistro em que for

devida a indenização integral, ela corresponde ao valor do veículo na Tabela FIPE, na data de pagamento do sinistro, aplicado o Fator de Ajuste. Já no Valor Determinado, em caso de sinistro em que for devida a indenização integral, ela corresponde ao valor informado pelo segurado e impresso na apólice de seguro. Em geral, as principais garantias

dos seguros de automóveis incluem abrangente (colisão, incêndio e roubo), incêndio e roubo, colisão e incêndio e responsabilidade civil facultativa de veículos e acidentes pessoais de passageiros. É possível ainda contratar outras garantias, como de acessórios, blindagem, carroceria, cobertura de assistência 24 horas e danos morais.



FOTO: KONGTIAN

DPVAT

↑
3,0%

DPVAT – Danos Pessoais Causados por Veículos Automotores de Via Terrestre – é um seguro que indeniza vítimas de acidentes causados por veículos automotores. Ele é obrigatório e deve ser pago por todos os proprietários para amparar vítimas de acidentes de trânsito em todo o território nacional, independentemente do responsável pelo incidente.

As seguradoras consorciadas são responsáveis por garantir as indenizações. Elas são representadas pela Seguradora Líder-DPVAT que, como o próprio nome diz, é a líder de um consórcio composto por 77 empresas. Segundo seu diretor-presidente, Ricardo Xavier, a missão da companhia é assegurar à população brasileira o conhecimento pleno e o acesso facilitado aos benefícios do Seguro DPVAT. As indenizações são pagas em três casos: morte, invalidez permanente e despesas de assistência médica e suplementares.

A Seguradora Líder-DPVAT também realiza uma série de ações para aprimorar o atendimento às vítimas de trânsito ou seus beneficiários e reduzir o número de acidentes. Nos primeiros seis meses de 2015, o Seguro DPVAT desembolsou R\$ 344.425 mil em indenizações, com quedas, na comparação com

o mesmo período de 2014, nos números pagos por morte e despesas médicas de, respectivamente, 11% e 5%. Já as indenizações por invalidez permanente tiveram ascensão de 4%. Segundo Xavier, esse cenário não resulta de uma diminuição na frequência de acidentes, mas sim da gravidade. "Os grandes congestionamentos e a redução das velocidades máximas em grandes vias ocasionam acidentes com letalidade menor. Além disso, colaboram os avanços tecnológicos embarcados nos veículos, como air bag e freio ABS, bem como a regulamentação, fiscalização e conscientização da população, a exemplo da Lei Seca, obrigatoriedade do uso do cinto de segurança nos bancos da frente e de trás, uso das cadeirinhas pelas crianças, etc.", diz o presidente. Já o aumento de indenizações por invalidez permanente, de acordo com Xavier, pode ser creditado à vulnerabilidade das motocicletas. É que, apesar de o veículo de duas rodas representar apenas 27% da frota nacional, está envolvido em pelo menos 77% dos acidentes que geram indenização pelo Seguro DPVAT. Nos sete primeiros meses do ano, o DPVAT teve um faturamento de R\$ 5.968.253.938.

Compreensivos

↑
1,6%

Os planos compreensivos cobrem basicamente riscos de patrimônio, ou seja, de bens, em residências, empresas e condomínios. Contudo, podem também abranger coberturas de responsabilidade civil (familiar, do síndico e/ou condomínio, danos materiais a veículos de terceiros) e de despesas médicas/hospitalares/odontológicas, entre outras. Os ramos dos seguros compreensivos garantem, em geral, três riscos: incêndio, queda de raio e explosão. Mas podem englobar coberturas adicionais, como vendaval, queda de aeronaves e perda de aluguel. O segmento compreensivos registrou faturamento de R\$ 2.650.544.798 entre janeiro e julho de 2015, crescimento de 1,6% em relação aos mesmos meses do ano anterior.

O TRÂNSITO NÃO PARA DE MUDAR. E O SEGURO DPVAT NÃO PARA DE CUIDAR DE TODOS OS BRASILEIROS.

40 ANOS

0800 022 1204 | www.dpvatsegurodotransito.com.br

Seguradora Líder DPVAT 40

Saúde em dia

No Brasil, por meio da assistência privada à saúde, é possível contratar um seguro ou plano de saúde. Quem opta por um seguro pode utilizar, na rede referenciada, os prestadores de serviços para atendimento médico-hospitalar. Há ainda a opção de o segurado escolher livremente o fornecedor, sendo os gastos com despesas reembolsados até o valor previsto em contrato. E é o reembolso a principal diferença, já que, nos planos de saúde, ele é pouco comum, sendo a exceção casos de urgência e emergência fora da região de atendimento do plano.

Tanto no seguro como no plano de saúde, há contratos individuais e familiares, e contratos coletivos empresariais e por adesão. Cada vez menos, entretanto, as seguradoras especializadas em saúde estão comercializando contratos individuais.

A Agência Nacional de Saúde Suplementar (ANS) é a responsável pela regulação e fiscalização dos planos de saúde. São oito modalidades de operadoras: as administradoras, as cooperativas médicas, as cooperativas odontológicas, as instituições filantrópicas, as de autogestão (patrocinadas e não patrocinadas), as empresas ou entidades de medicina de grupo, as de odontologia de grupo e, desde 2001, as seguradoras especializadas em saúde.

De acordo com a ANS, em junho de 2015, os planos de assistência médico-hospitalar – com ou sem odontologia e exclusivamente odontológicos – registraram 72 milhões de beneficiários. Já a quantidade de operadoras em atividade no setor foi de 1.390, sendo que 1.187 operavam com beneficiários, atuando no mercado por meio de 33.690 planos de saúde ou produtos. A movimentação financeira dessas operadoras no período foi de aproximadamente R\$ 70 bilhões.



FOTO: VICTOSHIA

diferentes ramos

propõem a proteger os bens mais preciosos

ser alterado nos próximos meses, com o lançamento de um seguro popular, voltado para carros fabricados há mais de dez anos e que pode atender cerca de 20 milhões de proprietários de veículos que rodam pelas ruas e estradas sem cobertura.

A diversidade também pode impulsionar o setor. Há modalidades com diferentes coberturas para proteger os segurados em relação aos mais diversos riscos e intempéries. Segundo dados compilados de janeiro a julho de 2015 da Susep, que não incluem o segmento saúde, regulado pe-

la Agência Nacional de Saúde (ANS), a maior modalidade é a de automóveis, que responde por 33% do faturamento do setor controlado pelo órgão. Em seguida vem a de pessoas, com 29% e a patrimoniais, com 14%.

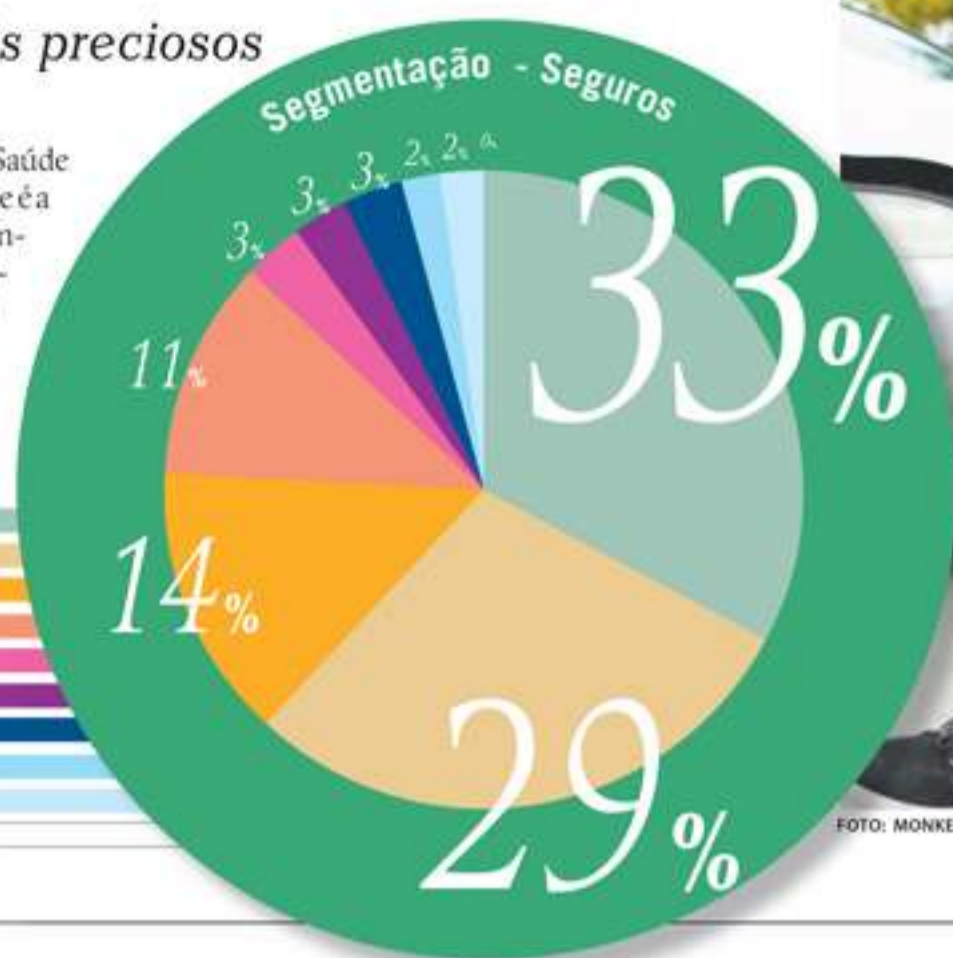


FOTO: MONKEY BUSINESS

Rural



Um dos mais importantes instrumentos de política agrícola, o seguro rural tem grande abrangência. Engloba coberturas para atender, além da atividade agrícola, a pecuária, a vida

e o patrimônio do produtor rural, seus produtos e o crédito para comercialização desses produtos. O ramo, no entanto, não engloba a modalidade seguro de animais (em caso de dúvidas,

disque Susep: 0800-0218484). Seu faturamento, que foi de R\$ 1.644.168.475 até julho deste ano, caiu 12% na comparação com o período de janeiro a julho de 2014.

Responsabilidade Civil



O seguro RC garante a proteção de um patrimônio no caso de o segurado ser responsabilizado por danos materiais, corporais ou morais involuntários a terceiros, seja judicialmente, seja por meio de reclamação direta. Isso porque, sem a proteção, o patrimônio pessoal pode, por decisão judicial, ser utilizado como meio para o pagamento de perdas econômicas reclamadas por terceiros.

Há várias coberturas que podem ser contratadas, como em caso de riscos individuais, familiares, de proprietários de imóveis e de automóveis, comércio, indústria, etc.

O espectro é ainda mais amplo e abrange serviços prestados por profissionais autônomos e liberais, como médicos, dentistas, advogados. No caso do seguro RC familiar, por exemplo, podem estar cobertos danos causados a terceiros pelo seu segurado, seu cônjuge, seus filhos e até empregados domésticos e animais de estimação. Assim, caso o pet morda uma pessoa, o segurado não precisará arcar com possíveis despesas médicas decorrentes do acidente. De janeiro a julho de 2015, a modalidade registrou faturamento de R\$ 743.462.866, 16,8% mais em relação aos sete primeiros meses do ano anterior.

Garantia estendida



De janeiro a julho, a modalidade garantia estendida obteve faturamento de R\$ 1.834.078.753. De caráter facultativo,

o segmento visa fornecer ao segurado, mediante o pagamento de prêmio, um tempo maior em relação à

garantia já oferecida pelo fornecedor por um bem adquirido. Os planos devem oferecer uma de três coberturas básicas.

**CORRETOR DE SEGUROS,
SUA PARCERIA É NOSSA
MELHOR GARANTIA.**

**OBRIGADO POR AJUDAR A FAZER
TANTA GENTE APROVEITAR O
IMPREVISÍVEL COM TODA A TRANQUILIDADE.**



12 de outubro,
Dia do Corretor de Seguros.
Uma homenagem da SulAmérica.



DIVERSIFICAÇÃO

Novos riscos trazem oportunidades

Empresas do setor têm correspondido às expectativas e necessidades dos consumidores de todos os perfis



FOTO: VINCHELA W JAKOBIK

Além do crescimento a partir da base de brasileiros ainda não contratantes dos seguros popularmente conhecidos, o setor tem como oportunidade de expansão a oferta e uma maior divulgação de inovadoras modalidades. Isso porque já é uma tendência o mapeamento de novos riscos e, conseqüentemente, formas para minimizar ou aplacar seus efeitos.

Exemplos são os seguros cibernéticos em tempos em que uma grande parcela da população brasileira e das empresas vive conectada ao mundo virtual, ainda frágil em segurança, e o seguro viagem ampliado, que engloba coberturas além das já conhecidas morte e invalidez, como a odontológica, por exemplo.

Há ainda produtos curiosos, como o da Ace Seguros, que ofe-

rece indenização ao segurado em caso de quebra de ossos, além de coberturas e serviços exclusivos em diversas seguradoras. A Tokio Marine Seguradora, por exemplo, tem opções sob medida para diversos nichos do mercado. Um deles é o Tokio Marine Salão de Beleza e Estética, com proteção em casos de roubo de valores, orientação jurídica sobre encargos profissionais e responsabilidade civil dos cabeleireiros, além de assistência 24 horas. O contrato prevê reembolso de despesas com instalação em novo local e cobertura de pagamento de aluguel mais reembolso do custo do seguro fiança.

A SulAmérica também tem ampliado seu portfólio de seguros. Nos empresariais, com foco em pequenas e médias empresas,

foram lançados no ano passado cinco produtos para atender aos segmentos de farmácias e drogarias, estabelecimentos de ensino, lojas de roupa, *pet shops* e salões de beleza. São soluções com diversas particularidades, que cobrem necessidades específicas das atividades. Proprietários de farmácias e drogarias podem obter cobertura especial de Responsabilidade Civil Profissional para possíveis erros cometidos por farmacêuticos; nos estabelecimentos de ensino, a proteção inclui pagamento de valores em decorrência de roubo de aparelhos portáteis; mas lojas de roupas há coberturas no caso de furto de valores de clientes no interior do imóvel; e, nos *pet shops*, o benefício cobre a deterioração de vacinas quando armazenadas em ambiente refrigerado. ☂

PERSONALIZAÇÃO

Sob medida e cheios de comodidades

As seguradoras também têm inovado em seus já tradicionais seguros, personalizando os produtos. O Bradesco Seguro Residencial, por exemplo, oferece o serviço Assistência Sustentável, sem custo adicional. Além da possibilidade de descartar de forma adequada bens como móveis, colchões e equipamentos eletrodomésticos, o segurado recebe dicas de economia de água e energia e reciclagem de lixo doméstico visando tornar sua residência mais sustentável. Feito o agendamento, os bens são retirados e os materiais são desmontados para a separação das partes a serem reaproveitadas ou encaminhadas para o descarte, no caso de material não reciclável.

Já a AIG Brasil dispõe de um produto exclusivamente destinado aos animais de estimação, o Seguro PET. Segundo Henrique Faria, Gerente de Produtos da seguradora, apesar de pouco conhecido, os números do mercado evidenciam a capacidade de crescimento de produtos e serviços de assistência direcionados ao setor. "A AIG acredita no potencial do produto *pet* e desenvolveu essa solução para atender um mercado que, segundo dados da Associação Brasileira da Indústria de Produtos para Animais de Estimação, movimentou R\$ 16 bilhões em 2014, 8,2% mais na comparação com 2013". Semelhante a um Seguro Saúde, a apólice cobre o animal de estimação em diversas situações, como morte acidental, reembolso de despesa com veterinário e responsabilidade civil (sempre respeitando as condições gerais do produto).

O primeiro seguro de gestão para a sociedade também faz parte do portfólio da AIG Brasil. Denominado o Gestão Protegida 360°, o produto cobre reclamações recorrentes de atos de gestão, como práticas trabalhistas indevidas, reclamações de órgãos reguladores, além de ações e decisões inadequadas de gestores e diretores. Oferece ainda coberturas de responsabilidade de gestão completas e com precisão para proporcionar a proteção necessária contra riscos que possam ameaçar a entidade, os funcionários e a diretoria. O seguro pode ser

contratado por empresas de diversos portes e setores, desde que tenham faturamento de até R\$ 200 milhões ao ano

Valor

Coberturas adicionais para carro, obra de arte e *home office* também podem ser contratadas em um seguro residencial lançado pela Mapfre Seguros, empresa do Grupo BB e Mapfre. Segundo Jabis Alexandre, diretor-geral de Massificados do Grupo, "o novo residencial passa a incluir vantagens que o tornam muito mais atraentes. As coberturas são modulares e podem ser contratadas conforme as necessidades do segurado, a partir do plano básico". O seguro inclui a opção de contratar proteção para reparo de eletrodomésticos (linha branca e marrom) com até cinco anos de uso, incluindo mão de obra e peças, e prejuízos decorrentes de ruptura de tubulações do imóvel, entre outras. No caso de obras de arte, a cobertura conta com indenização máxima de R\$ 2 milhões e requer o laudo de um especialista.

Outro diferencial é a proteção *home office*, destinada aos profissionais que trabalham em casa, e que inclui indenização de prejuízos ou danos causados por incêndio, queda de raio, explosão e roubos.

Inovador – e pioneiro no País – é também o produto Vida Inteira Mais, da Prudential do Brasil, um seguro de vida individual que garante antecipação de até 60% da indenização ainda em vida, na ocorrência de doenças pré-definidas: câncer, infarto agudo do miocárdio, acidente vascular encefálico, insuficiência renal terminal, paralisia e queimaduras graves, que, de acordo com a Organização Mundial da Saúde (OMS) e o Instituto Nacional do Câncer (INCA), estão entre as mais sérias à medida que os brasileiros envelhecem. "As pessoas têm mais necessidade de proteger sua capacidade financeira com o aumento da expectativa de vida, que pode acarretar gastos maiores com a saúde. O diferencial do produto é cobrir as despesas inesperadas em vida e, quanto mais idoso, maior é o valor de antecipação", afirma Fabio Lins, presidente da Prudential do Brasil. ☂



FOTO: PIXABY.COM

Inovação também em tecnologia

As seguradoras têm inovado não apenas em produtos, mas também em processos e soluções que facilitam cada vez mais a vida dos consumidores e qualificam continuamente o atendimento. A SulAmérica é uma delas. Desde 2013, mantém uma vice-presidência de Operações, responsável por concentrar e distribuir os investimentos em tecnologia em soluções digitais inovadoras, por entender que a tecnologia está redefinindo a maneira como clientes e colaboradores se relacionam e interagem com as empresas.

Para integrar as frentes de relacionamento, a companhia vem trabalhando sob o conceito Click Call Face, que preza pela pluralidade de canais, explorando o que cada um tem de melhor e contemplando a rapidez – necessária a uma empresa de seguros, cujos

contatos com os clientes muitas vezes se dão em situações de risco marcadas pela urgência. A tendência aplicada é que o canal *on-line*, o "click", seja a primeira opção de segurados, corretores e prestadores para a solução de questões mais simples, passando para o atendimento telefônico, o "call", e, caso a dúvida ou reclamação persista, chegando ao atendimento presencial, o "face", para casos de maior complexidade, quando nenhuma das etapas anteriores suprir as necessidades do cliente. "Os contínuos investimentos em tecnologia feitos pela SulAmérica permitem que os clientes, corretores e prestadores possam entrar em contato e interagir com a companhia quando e como quiserem. Facilitar o acesso à informação e agilizar os atendimentos estão entre nossas prioridades", explica o vice-presidente

de Operações, Marco Antunes.

Tanto que o aplicativo disponível para segurados de saúde, por exemplo, tem funcionalidades diversas, como geolocalização da rede de prestadores e acompanhamento de validação prévia de procedimentos. Ele já é utilizado por mais de meio milhão de usuários e registra 20 mil *downloads* por mês. Entre os principais resultados obtidos pela companhia está a redução de 60 mil ligações ao *call center*, em 2013.

Outro aplicativo recém-lançado é o Garantia de Aluguel, que traz informações comparativas sobre as diversas modalidades de garantia/caução para contratos de locação: garantia locatícia (Garantia de Aluguel), fiador, depósito e seguro-fiança. É possível fazer simulações instantaneamente, na palma da mão. ☂

PERSPECTIVAS

Estudo prevê expansão de 50% para o setor

Produzida pela KPMG, a pesquisa "O mercado brasileiro de seguros hoje e nos próximos anos", elaborada a partir de consulta com 38 executivos, que, em prêmios, representam mais de 60% do setor, aponta crescimento acima do PIB na última década e estima expansão de 50% nos próximos cinco anos. Outra constatação do estudo, divulgado no início deste ano, é que, excluindo as modalidades saúde e vida, o mercado segurador representa 1,2%

do Produto Interno Bruto (PIB), o que significa que tem amplo espaço para crescer, a exemplo do que vivenciam países com economia mais madura. Nos Estados Unidos e na Bélgica, por exemplo, a participação do mercado segurador no PIB é de 3% - também sem contar os segmentos vida e saúde.

A pesquisa da KPMG apurou ainda as seguintes características do mercado:

Grande concentração, que deverá se

manter nos próximos anos.

As áreas que devem ser otimizadas são principalmente a gestão de sinistros e os investimentos em publicidade e marketing – focados em campanhas de rádio e TV, jornais e revistas especializadas.

As ações prioritárias devem se concentrar na melhoria da gestão dos processos litigiosos e dos prestadores de serviço e no aprimoramento do mecanismo de precificação. ☂



Com qualidade e preços justos, elaboramos revistas, relatórios anuais e de sustentabilidade e outras peças corporativas

www.kmzconteudo.com.br

SUSTENTABILIDADE

Compromisso com futuras gerações

É crescente a adoção de práticas relacionadas a questões sociais, ambientais e de governança

Como especialistas na oferta de produtos ligados ao gerenciamento e à minimização de riscos, as seguradoras têm se engajado cada vez mais na adoção de práticas de sustentabilidade. A Confederação Nacional das Empresas de Seguros Gerais, Previdência Privada e Vida, Saúde Suplementar e Capitalização (CNseg) é uma das entidades que estimulam esse compromisso. Entre seus projetos está a elaboração de matriz de materialidade de sustentabilidade para identificar as questões ambientais, sociais e de governança que podem ter impactos relevantes no mercado de seguros, além de ajudar na identificação de produtos a serem ofertados.

Outro impulsionador do tema são os Princípios para Sustentabilidade em Seguros (PSI, na sigla em inglês) estabelecidos pelo Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente em parceria com a indústria global de seguros. A iniciativa conta com o comprometimento das seguradoras que atuam no Brasil – País com o maior número de signatários – e, desde ja-

neiro deste ano, o Conselho do PSI mantém três brasileiros entre seus 13 membros.

Sintonia

A executiva de Sustentabilidade do Grupo BB e Mapfre, Fátima Lima, assegura que o olhar estratégico, a partir de um contexto mais amplo, tem sido fundamental para os bons resultados alcançados e para que a organização fortaleça ainda mais seu posicionamento. “Ao adquirir produtos e serviços, as novas gerações de consumidores estão cada vez mais preocupadas com outros fatores, além de custo/preço”, reforça.

Nesse contexto, o BB e Mapfre conta com portfólio de produtos e serviços de assistência com foco no meio ambiente e capazes de gerar valor ambiental e incentivar a adoção de práticas sustentáveis. Em 2014, o saldo da carteira de produtos desenvolvidos pelo Grupo com potencial de agregar benefícios socioambientais foi superior a R\$ 1 bilhão. Exemplo no segmento de grandes riscos é o RC Danos Ambientais,

que procura minimizar os danos relativos à contaminação por vazamento ou acidentes com substâncias perigosas ou contaminantes. Na área rural, o Grupo dispõe do Seguro Floresta ABC, com cobertura para riscos climáticos de florestas. Já em massificados, o BB e Mapfre é uma das primeiras seguradoras a lançar coberturas sustentáveis para o seguro residencial, com serviços focados na preservação do meio ambiente, como o

Descarte Inteligente e a Consultoria Ambiental. No ano passado, esse portfólio foi ampliado com o serviço de descarte ambientalmente correto para os equipamentos eletroeletrônicos segurados com garantia estendida.

Integrante do conselho do PSI, o Grupo BB e Mapfre também mantém, desde 2011, a Academia de Sustentabilidade, para desenvolver e capacitar a cadeia de valor. Em encontros, diferentes grupos participam de debates sobre temas relacionados aos principais riscos e oportunidades envolvidos na indústria de seguros.



FOTO: SHIGEV

“Aproximadamente 3 mil pessoas já foram capacitadas”, afirma Fátima Lima.

Estratégia

A SulAmérica é outra companhia comprometida com os aspectos da sustentabilidade. Desde 2009, mantém o Comitê de Sustentabilidade, responsável pela elaboração da estratégia relacionada ao tema e pela aprovação de iniciativas e projetos propostos pelas unidades de negócios e áreas corporativas. No mercado de capitais, destaca-se também como a única seguradora integrante da carteira do Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) da BM&FBOvespa. Além disso, é signatária e participa ativa e voluntariamente de iniciativas como Global Reporting Initiative (GRI), Pacto Global criado pela Organização das Nações Unidas (ONU), Pacto Nacional de Erradicação do Trabalho Escravo, Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente – Iniciativa Financeira e Protocolo do Seguro Verde. A companhia é ainda umas das signatárias

fundadoras da iniciativa PSI, além de fazer parte do Pacto Global e os Princípios para o Investimento Responsável. “Na SulAmérica, as questões ligadas à sustentabilidade são tratadas como estratégicas, pois impactam no modelo de negócios. Acreditamos que a participação ativa em discussões de práticas no setor e a criação de trabalhos para inclusão de questões ambientais, sociais e de governança são formas efetivas de contribuir para o amadurecimento e desenvolvimento do mercado”, explica a diretora de Capital Humano da organização, Patrícia Coimbra.

Pioneirismo

Além de resultados econômicos satisfatórios – de janeiro a junho, o faturamento atingiu R\$ 30,2 bilhões nos segmentos de seguros, capitalização e previdência complementar aberta, evolução de 19,4% em relação ao mesmo período de 2014 –, o Grupo Bradesco Seguros, patrocinador e segurador oficial dos Jogos Rio 2016, procura

incorporar em sua atuação práticas ambientalmente corretas, o que beneficia toda a sociedade.

Com o Programa Auto Reciclagem, por exemplo, a organização é pioneira no mercado segurador nacional a dar destinação sustentável aos milhares de toneladas de peças retiradas de veículos segurados danificados em acidentes. Criado em 2009, o programa foi responsável pela reciclagem de mais de 8 mil toneladas de peças resultantes dos reparos de carros, caminhonetes, caminhões e motocicletas, danificados em acidentes com segurados e terceiros. O volume equivale a uma frota de aproximadamente 8 mil carros de pequeno porte.

Na mesma linha, da preservação do meio ambiente, a Bradesco Seguros implantou, em 2013, o Kit Digital Auto, cujo objetivo é diminuir o uso de papel em apólices dos ramos automóvel, residencial e vida e previdência, que passaram a ser encaminhadas aos segurados em arquivo digital (PDF). 

Em todas as profissões,
o que importa é estar preparado.

12 de outubro. Uma homenagem da Bradesco Seguros aos Corretores de Seguros.

CNPJ: 33.055.146/0001-93



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.

DICAS

Bom negócio exige planejamento

Em seguros, pesquisa de preços e avaliação das cláusulas dos contratos são fundamentais para um negócio bem-sucedido

Planejar e avaliar criteriosamente o orçamento – para não comprometer demais a renda – e a real necessidade do bem ou serviço são fundamentais para o sucesso de uma transação. Essa premissa se aplica à área de seguros, em que relação entre pres-

tador de serviço e cliente deve ser pautada pela confiança. Assim, além de escolher adequadamente a empresa ou o profissional, o interessado em contratar um seguro deve estudar muito bem as condições que lhes são apresentadas. Confira as dicas básicas. 

✓ Avalie a seguradora

Diante da vasta relação de seguradoras que atuam no Brasil, o ideal é pesquisar antes de fechar negócio. Ouvir opiniões de clientes que já contrataram os serviços da empresa, consultar na internet matérias que já circularam sobre ela e fazer uma consulta no cadastro de reclamações do Procon são medidas eficazes para fazer a escolha certa.

✓ Escolha com critério o corretor

Leve em conta não apenas o poder de convencimento do profissional, mas sua disposição e dedicação (o suporte oferecido, se dispõe de número de telefone no qual pode ser localizado em caso de urgência, etc.). Também é importante pesquisar o número de registro do corretor na Susep, para se certificar de que é habilitado.

✓ Pesquise e compare preços

A internet também pode ajudar nessa tarefa – fundamental para encontrar a melhor relação custo-benefício. Faça simulações nos sites de várias seguradoras a partir dos mesmos dados, pois o preço do serviço para determinado modelo de veículo pode variar muito de empresa para empresa.

✓ Preencha adequadamente o formulário, com a ajuda do corretor

Os dados dos formulários de seguros servem para estabelecer o perfil do risco do segurado, o que também interfere no preço do serviço. Se um mesmo veículo é utilizado por um pai e por um



filho bem jovem, e o pai demonstra que o dirige 90% do tempo, isso pode até render desconto. Em compensação, se essa informação não constar do formulário e o filho for o principal utilitário do veículo e sofrer um acidente, a seguradora pode questionar a validade do ressarcimento.


✓ Mantenha os dados atualizados

Eventuais mudanças na condição do segurado também podem interferir no seu perfil de risco e baratear o seguro. Se não tinha garagem para guardar seu veículo e passou a ter, por exemplo, deve informar o corretor. Se alguma mudança significativa ocorreu e há o risco de ela levar ao aumento do preço do serviço, ainda assim precisa ser comunicada, sob pena de a seguradora se recusar a indenizar o cliente em caso de sinistro.

✓ Contrate só o necessário

Analise se precisa mesmo dos serviços extras muitas vezes embutidos nos preços do seguro. Quem tem dois veículos, por exemplo, pode abrir mão da contratação de carro reserva e, assim, pagar menos.

✓ Considere as cláusulas de exclusão


Tanto quanto as coberturas, as chamadas cláusulas de exclusão do contrato, ou seja, as que preveem situações não sujeitas à cobertura, têm de ser muito bem avaliadas para que o segurado não seja negativamente surpreendido. No ramo de seguro de vida, por exemplo, em geral as cláusulas de exclusão referem-se a doenças preexistentes. 

OPORTUNIDADE

De olho na consumidora

Não é mito que, no seguro de automóveis, estatisticamente as mulheres registram menores taxas de sinistralidade, o que em geral lhes rende preços finais mais baixos pela contratação do serviço, na comparação com o público masculino. O dado integra o documento "Mulheres no mercado de seguros no Brasil", da série "Estudos sobre seguros", elaborada pela Escola Nacional de Seguros — Funenseg.


De acordo com a publicação, as seguradoras oferecem ao público feminino três tipos de produtos específicos, todos com diferenciais. No ramo de automóveis, além de preços mais atraentes, é ampla a cobertura de serviços adicionais, como troca de pneus, locomoção (caso de o veículo estar envolvido em acidente) ou acompanhamento a uma delegacia (roubo). Na área de saúde, os contratos cobrem doenças ou eventos tipicamente femininos, assim como benefícios na aquisição de medicamentos específicos. E, no segmento vida, é comum a oferta de exames de saúde específicos para as mulheres.

Todos esses benefícios buscam atrair consumidoras que, a julgar por levantamentos bibliográficos das seguradoras, são mais detalhistas ao analisar o conteúdo das publicidades sobre seguros; buscam visualizar os produtos a partir de um contexto prático nas compras *on-line*; pensam mais na utilidade futura da compra; evitam correr riscos nos investimentos; e dão importância ao desenvolvimento de relação de confiança com o vendedor para estabelecer a ligação. Veja abaixo a comparação do comportamento mais comum entre mulheres e homens. 



Arte feita a partir de dados da publicação: "Mulheres no mercado de seguros no Brasil"

Casados e maduros pagam menos

Levantamentos feitos por seguradoras apontam que tanto as pessoas acima dos 60 anos como as casadas em geral também são beneficiadas com valores menores das apólices de seguros de automóveis. No primeiro caso, pagam em média 6% menos do que se fossem 15 ou 20 anos mais jovens. A lógica para isso é simples: os mais maduros se expõem menos a riscos e são mais cuidadosos, ao contrário dos jovens, que tendem a se envolver mais em acidentes e a usar o carro em situações que facilitam furtos e roubos. Em relação ao estado civil, a diferença é ainda maior: homens solteiros com 30 anos pagam em média 15,36% mais do que casados da mesma idade, e mulheres solteiras pagam em média 11,98% mais do que as casadas, na mesma faixa etária dos homens. 

POUPANÇA

Expectativa é que VGBL Saúde vigore já em 2015

Aprovado pela Câmara dos Deputados e tramitando agora do Senado, onde já foi designado como relator o senador Romero Jucá (PMDB-RR), o Projeto de Lei 10/15 se propõe a bene-


ficiar trabalhadores, empresas e a saúde pública, de acordo com avaliação do deputado federal Lucas Vergílio (SD-GO), que apresentou o dispositivo no Congresso.

O projeto de lei regulamenta o chamado VGBL Saúde, um plano que tem caráter previdenciário por estimular a formação de poupança para o pagamento de despesas médico-hospitalares após a aposentadoria, quando, em geral, a renda das pessoas diminui e necessidade de cuidados com a saúde aumenta.

O deputado Lucas Vergílio explica que o produto seria oferecido pelas empresas aos seus funcionários, com a contribuição mensal de ambos. "Hoje, quando o profissional se aposenta, é excluído do plano de saúde empresarial. Com o VGBL Saúde, no entanto, ao se aposentar, ele pode resgatar o valor acumulado e ser isento de Imposto de Renda (IR) nessa operação caso con-

tinuar a investir os recursos em saúde", diz o parlamentar. "A ideia é estimular a cultura de poupança, de acumulação, em detrimento da lógica do consumo", completa.

Vergílio cita ainda dois outros ganhos resultantes da aprovação do projeto. Um é o fato de as empresas se tornarem mais atraentes aos olhos dos profissionais, já que incluiriam o VGBL Saúde em seu leque de benefícios. Outro é a desoneração da saúde pública, "que passaria a atender exclusivamente quem não tem condições de arcar com os custos com tratamentos médico-hospitalares", reforça.

Embora a tramitação esteja ainda no início, a expectativa do deputado Vergílio é de que o projeto seja aprovado ainda neste ano. Se isso ocorrer, deve ter boa aceitação no mercado, visto que, de acordo com pesquisas da Fenaprevi, garantir reserva para cuidar da saúde é uma grande preocupação do brasileiro. 

MESMO EM TEMPOS DE CRISE EXISTE UM SETOR QUE NÃO PARA DE CRESCER!

O mercado de seguros brasileiro vem experimentando crescimento contínuo nos últimos anos. Mesmo com o atual cenário econômico, o setor permanece em franca expansão.

Há mais de 44 anos, a Escola Nacional de Seguros forma e qualifica os profissionais que atuam neste segmento, auxiliando a indústria a se manter em posição de destaque e dando a milhares de brasileiros a oportunidade de construir uma carreira bem sucedida.

Accesse www.funenseg.org.br e conheça o trabalho desenvolvido pela melhor Escola de Negócios do mercado de seguros.

ESCOLA NACIONAL de SEGUROS

www.funenseg.org.br | 0800 025 3322

POINT
COMUNICAÇÃO E MARKETING
24 ANOS
trabalhando para o sucesso de seus clientes.

- Organização de eventos: economia de custos, criatividade, qualidade, comprometimento e responsabilidade.
- Cadernos especiais: como está, veiculando hoje na Folha de S. Paulo, desenvolvemos o conteúdo, comercializamos e publicamos em importantes veículos.
- Captação de recursos: a Point é pioneira como empresa especializada na captação de recursos/patrocinios para entidades e projetos.

Se sua empresa tem algum evento para realizar (contratação, mad show, lançamento de produtos/implementos, assembleias, etc.), precisa se comunicar através de um canal editorial objetivo e de impacto ou necessita de recursos para projetos/eventos, consulte-nos!

Queremos colocar nossos 24 anos de experiência a seu favor.

www.pointcm.com.br
Tel: +55 11 3167-0821