

SEGUROS

12 de outubro

Dia Nacional
do Corretor
de Seguros

Tranquilidade para diversas áreas e para a vida

Brasileiros reconhecem cada vez mais os benefícios de contratar seguros e aquecem o mercado, relevante para o país

Em setembro último, a Confederação Nacional das Empresas de Seguros Gerais, Previdência Privada e Vida, Saúde Suplementar e Capitalização (Cnseg), revisou para cima a previsão de crescimento do setor neste ano: de acordo com a entidade, a alta deve chegar a 13,7%, com R\$ 350 bilhões em arrecadação (sem Saúde e sem DPVAT). Em 2021, o avanço já superara a casa dos dois dígitos (11,9%, totalizando R\$ 306,4 bilhões). “Uma das razões diretas (do avanço) está relacionada ao aumento da procura por seguros de vida durante e pós pandemia, que trouxe a reboque também o interesse por outros tipos de proteção, como o de perda de renda”, avalia Vladimir Freneda, vice-presidente Comercial e Marketing da Assurant, que frisa, ainda, que iniciativas da Superintendência de Seguros Privados (Susep), como a flexibilização na formação de produtos e também na amplitude de canais digitais, contribuem de forma significativa para o aumento dos números. Segundo ele, o Brasil tem um forte potencial de crescimento, uma vez que a participação do setor ainda é relativamente pequena em relação ao Produto Interno Bruto (PIB), quando comparada à registrada em outros países. O presidente da Tokio Marine Seguradora, José Adalberto Ferrara, corrobora essa percepção. “O seguro de automóveis, para ilustrar, mesmo sendo o produto mais comum no mercado nacional, só contempla 30% dos veículos que circulam no país. Para que o mercado segurador alcance o seu potencial, é preciso uma maior disseminação da cultura do seguro, além da combinação de fatores como programas de incentivo, a exemplo da subvenção federal do seguro rural, que permite que mais produtores possam garantir a sua safra”, detalha o executivo.

Karine Barros, diretora executiva Comercial da Allianz, acredita que para ampliar ainda mais a presença dos seguros no Brasil e explorar o potencial existente, é necessário seguir com produtos, soluções e serviços cada vez mais simples e acessíveis, bem como com o trabalho de expansão da cultura de seguros entre os consumidores. Boris Ber, presidente do Sindicato de



Brian Jackson

Empresários e Profissionais Autônomos da Corretagem e da Distribuição de todos os ramos de Seguros, Resseguros e Capitalização do Estado de São Paulo (Sincor-SP), considera que os brasileiros já estão mais bem informados sobre os produtos e serviços oferecidos, e que isso contribui para que o setor prospere. Afinal, nas suas palavras, “ninguém adquire aquilo que não conhece”. Karine, da Allianz, aponta que há também uma maior percepção das pessoas de que a função do seguro vai além de proteger um bem, o que é resultado direto da expansão da cultura do seguro e, especialmente, da consultoria completa prestada pelos corretores – profissionais responsáveis por fazer a “ponte” do mercado segurador com o consumidor final. “O seguro, na verdade, funciona como uma ferramenta essencial no planejamento financeiro por contemplar também benefícios e assistências completas dentro de uma mesma apólice, por um valor único, fato que explica a sua relação custo-benefício”, descreve.

Sobre o lançamento de soluções pelo setor, o presidente da Tokio Marine reforça que o desenvolvimento de seguros cada vez mais alinhados com o perfil dos novos consumidores e a ampliação do mix oferecido pelos corretores são elementos que ajudam a fomentar o mercado. “Um público mais esclarecido torna-se mais exigente, e com

isso, as seguradoras são desafiadas a desenvolver produtos cada vez mais inovadores e que respondam às demandas da sociedade”, avalia. “As disrupções, sobretudo aquelas ligadas à digitalização, já refletem no setor, resultando em um mercado mais eficiente, com ofertas mais simples que facilitam a venda dos corretores de seguros e atendem melhor os públicos. Mas ainda há muito espaço para avançar”, complementa Karine.

Importância

Boris lembra que os seguros estão presentes em diversas áreas e momentos da vida, e têm grande relevância social. “Se uma indústria pega fogo, por exemplo, um seguro possibilita o reestabelecimento das suas atividades e a manutenção de empregos”, exemplifica, antes de enumerar outros segmentos e eventos em que os produtos e serviços revelam sua importância, incluindo o período da pandemia, em que muitas famílias que tiveram a infelicidade de perder entes queridos foram indenizadas. “Como o próprio nome diz, o seguro oferece confiança e segurança à sociedade, zelando pela proteção das pessoas, dos seus bens, das suas rendas e dos seus negócios. Eles garantem que, frente a qualquer imprevisto, negócios continuem, perdas sejam reparadas e vidas sejam afetadas o mínimo possível”, considera Karine, da Allianz.

O setor revela-se, ainda, importante em razão de ser um grande gerador de empregos e arrecadador de impostos. José, da Tokio Marine, aponta que, de acordo com a Cnseg, atualmente, a indústria securitária proporciona mais de 175 mil vagas de trabalho diretas, além de apresentar arrecadação anual que corresponde a aproximadamente 6,7% do PIB e fazer a gestão de investimentos equivalentes a cerca de R\$ 1,3 trilhão, quase um quarto da dívida pública brasileira, o que o coloca entre os maiores investidores institucionais do Brasil.

Vladimir, da Assurant, reforça que o mercado securitário movimenta diversos outros mercados de forma direta e indireta, tendo papel fundamental na preservação do patrimônio, da saúde e da vida. “Hoje, por exemplo, uma compra a prazo pode ser protegida de perda de renda, para trabalhadores com ou sem vínculo empregatício, dando mais tranquilidade e segurança às pessoas. Manter o acesso a crédito, ressarir prejuízos, dar conforto e tranquilidade às pessoas em horas difíceis, ou mesmo trazer conveniência em serviços, são papéis fundamentais para nós”, afirma. Ele lembra que seguros também viabilizam o desenvolvimento social por darem mais resguardo às transações de investimentos e financiamentos para diferentes setores, em todo o país.

13,7%
deverá ser o
crescimento
do setor em
2022

VERSÃO
ON-LINE

www.pointcm.com.br/online/seguros2022

Projeto e comercialização: Point Comunicação e Marketing Tel.: (11) 31670821 - point@pointcm.com.br
Redação e edição: Gustavo Dhein | Layout e editoração eletrônica: Manoel Pacheco e Heron Medeiros

●●● VARIÉDADE

Produtos para diferentes perfis e necessidades

Empresas, atentas às mudanças no mercado e em hábitos, ampliam constantemente seus portfólios

O setor de seguros é muito amplo. Existem seguros que a gente vê, e outros que não, como quando você vai numa casa de shows ou em um estádio de futebol e ele está embutido. O fato é que eles têm uma abrangência social muito grande. Estão presentes em todos os setores e são importantes em todos eles”, avalia Boris Ber, presidente do Sincor-SP. Ele afirma que transformações como a da digitalização fazem com que as seguradoras tenham de lançar novos produtos para oferecer coberturas a riscos que antes não existiam, como os cibernéticos.

José Adalberto Ferrara, presidente da Tokio Marine Seguradora, confirma que a empresa está sempre em busca de soluções que contemplem as necessidades dos novos perfis de consumidores e de diferentes nichos de mercado. “Como uma seguradora multiprodutos, nosso desafio é identificar, junto com nossos parceiros de negócios, nichos que surgem em um cenário de profunda transformação causado pelas novas tecnologias”, avalia. Dentre as novidades colocadas pela Tokio Marine no mercado há o primeiro produto com Selo ESG disponibilizado pela companhia: o Seguro Riscos Ambientais – Instalações Fixas, que contempla cobertura para acidentes que ocorram no local do risco e/ou migrem para além dos limites físicos da atividade segurada. “Mais recentemente, apresentamos um produto inédito para o setor de energia, que reúne, em uma única apólice, as coberturas de Riscos de Engenharia e Property. Com o seguro Energia Sustentável Integrada, projetamos, em 12 meses, um crescimento de 10% a 15% desse nicho. E até o final do ano, vamos disponibilizar dois novos seguros que têm sido solicitados pelos nossos corretores”, antecipa o executivo. A inovação chega também aos segmentos mais consolidados. No de Automóvel, mesmo como a escassez e, consequentemente, o aumento no



mikdam

preço das peças e dos serviços prestados pelas oficinas, a carteira da empresa segue com bons resultados. “Com inflação, desemprego e queda no poder aquisitivo, o mercado observou o crescimento da venda de carros usados. Dessa forma, disponibilizamos um mix de produtos capaz de atender às necessidades dos mais diferentes perfis de clientes”, diz ele, que cita como produtos que têm apresentado crescimentos expressivos este ano, os de Riscos de Engenharia; E&O; Agro Equipamentos; Riscos Cibernéticos; e Garantia e Transportes.

Para Karine Barros, diretora executiva Comercial da Allianz, mais que segmentos específicos, o que desponta hoje são implementações que agreguem valor aos seguros, atendendo às tendências e demandas do cliente em face ao novo comportamento de consumo. A executiva destaca que o seguro Residencial teve um aumento expressivo do interesse das pessoas após muitas delas transformarem

seu lar em um espaço também de trabalho e perceberem o valor agregado do produto. “O ramo de Saúde sempre esteve entre as prioridades da lista dos consumidores; e o seguro de Vida pela possibilidade de ser acionado em diversas ocasiões, entre elas as de doenças graves, invalidez parcial ou permanente e afastamento do trabalho”, avalia.

A Assurant também tem lançado coberturas que dialogam bastante com os novos interesses, necessidades e hábitos. “Nosso propósito é ajudar as pessoas a avançarem em um mundo conectado. Com isso, deixamos de ser apenas uma seguradora e passamos a ser uma empresa de soluções completas e integradas, com ofertas conectadas com as tendências nos principais segmentos de mercado”, diz Ricardo Fiuza, CEO Brasil e Presidente da Assurant para a América Latina. A empresa foi pioneira, por exemplo, ao lançar uma garantia estendida para veículos elétricos no Brasil, o Assurant EV One, modalidade

que já era oferecida por ela em outras nações e foi importada em razão da crescente procura por este tipo de veículo no país. Outra novidade foi apresentada numa parceria com a Caloi e a startup Santuu: um seguro para todas as bicicletas vendidas pela marca no Brasil, assim como para os modelos Cannondale – também pertencente ao grupo Dorel Sports, do qual a Caloi faz parte. Com este seguro, o consumidor tem cobertura contra roubo e furto qualificado mediante arrombamento e quebra accidental, com o diferencial da reposição por bike nova ou reposição de peças avariadas por novas, direto da fabricante. Outros produtos disponíveis do portfólio da companhia incluem a Garantia Estendida, com a cobertura adicional de danos elétricos, oxidação e descarte ecológico; Proteção Financeira, Residencial, Proteção para Bicicletas, Garantia Estendida de Veículos, Pneus, Proteção para Wallets Digitais, entre outros.

POINT 30
COMUNICAÇÃO E MARKETING ANOS

ANUNCIE NOS NOSSOS
CADERNOS ESPECIAIS EM 2022:

SAÚDE
TECNOLOGIA
COMPORTAMENTO
INFRAESTRUTURA
FINANÇAS
AGRO
NEGÓCIOS
BEM-ESTAR

CONSULTE NOSSA AGENDA



(11) 3167-0821

WWW.POINTCM.COM.BR
CADERNOESPECIAL@POINTCM.COM.BR

Upgrade no celular com benefícios ambientais

Um dos destaques da Assurant refere-se às suas ofertas de trade-in de celulares, a possibilidade de um aparelho usado ser utilizado como crédito para a aquisição de um novo. A solução pode maximizar o ciclo de vida dos dispositivos, com benefícios para os consumidores, para as empresas e para o meio ambiente. “A empresa é a única no Brasil que atua em todo o ecossistema

para dispositivos móveis. Somos um dos países que mais utiliza o celular no dia a dia, segundo relatório do data.ai. Nosso propósito é criar condições para que todas as pessoas tenham acesso a melhores tecnologias num mundo conectado, simplificando o cotidiano de forma prática, econômica e segura”, diz Waldir Oliveira, diretor de TI da Assurant Latam. A companhia detém uma tecnologia

capaz de realizar diagnósticos de aparelhos via canais digitais por meio de código QR – Trade In remoto, além de incluir interfaces para o Embedded Insurance. “Dessa forma, é possível determinar o valor de compra do dispositivo e seguir com o processo de triagem. Essa tecnologia também pode ser aplicada aos modelos de venda assistida, nas lojas físicas. Além disso, é possível a expansão dos programas de troca para outros produtos que fazem parte da família dos dispositivos móveis, incluindo wearables, fones, laptops e produtos de automação residencial”, explica o executivo.

●●● INOVAÇÃO

Iniciativas para facilitar as jornadas dos parceiros

Empresas querem proporcionar acesso fácil a informações, produtos e serviços por meio de novos canais e ferramentas

As seguradoras têm se dedicado ao desenvolvimento de soluções que facilitem a vida de seus parceiros e dos consumidores, no sentido de acessarem produtos e serviços que tornem as suas jornadas mais dinâmicas e eficientes. José Adalberto Ferrara, presidente da Tokio Marine Seguradora, destaca o investimento da empresa, entre outras coisas, no desenvolvimento de novas tecnologias a serviço da transformação digital e da automação de processos, que, na sua visão, são peças-chave para garantir a agilidade de todas as áreas e prover um atendimento rápido e eficiente para os clientes em todas as plataformas, desde website com autoatendimento, passando por aplicativo móvel, WhatsApp, Facebook Messenger e chat online dotado de Inteligência Artificial. Todos estes canais já

estão bem consolidados e têm contribuído para que os segurados encontrem o que precisam em um único contato, proporcionando uma experiência positiva com a marca.

“Simplicidade, agilidade e conectividade são focos da Allianz”, sintetiza Karine Barros, diretora executiva Comercial da empresa. “O contexto atual reforçou a necessidade de se investir em produtos inovadores e soluções personalizadas e em múltiplos canais de atenção ao cliente. Assim, o consumidor consegue escolher como quer ser atendido e a oferta que mais contempla a sua necessidade. O acionamento de serviços, por exemplo, pode ser solicitado por meio de diversos canais como WhatsApp, telefone, site, carteirinha digital, etc”, relata ela. A Allianz também procura proporcionar autonomia e agilidade aos corretores de seguros, uma vez que a tecnologia pode apoiá-los no suporte aos clientes finais e no atendimento às expectativas deles, que têm demonstrado mudanças nos hábitos de

consumo, puxadas por jornadas cada vez mais digitais. “Um grande sucesso entre os corretores foi o lançamento do Frota Fácil Digital, com cotação, emissão e processo de vistoria 100% digitais”, cita a diretora. Com a ferramenta, os profissionais só precisam preencher cinco campos: chassi, placa, CEP, bônus e se o veículo é zero quilômetro ou não, que os demais dados do veículo são carregados automaticamente.

“Investimos em tecnologia de forma contínua para tornar os processos de distribuição, em canais físicos e digitais, da oferta, contratação e do atendimento mais fáceis de integração para os parceiros de negócios e consumidores”, garante Waldir Oliveira, diretor de TI da Assurant Latam. Uma das soluções integradoras da companhia é a plataforma APEX, que reúne seguros e serviços em um único lugar, de forma fácil e ágil, para todo o

ciclo de vida dos negócios. Além dela, a empresa oferece outros recursos, como o Portal do Desenvolvedor, ferramenta self-service disponibilizada aos parceiros que facilita o processo de integração via APIs de todo o portfólio de produtos – Garantia Estendida com Dano



Elétrico, Roubo, Furto e Quebra acidental de dispositivos móveis, Garantia Estendida de automóveis, Proteção Financeira, Perda de Renda, Proteção de Digital Wallets, além de oferecer soluções omnichannel integradas com canais e sistemas com o mínimo esforço.

A Assurant também trabalha nos modelos “built-to-suit”, desenvolvendo soluções específicas de acordo com a necessidade dos parceiros. “No final, o resultado é um processo mais fluente na contratação e uso dos seguros e serviços e, conseqüentemente, uma excelente experiência do consumidor”, diz Waldir.

**EXISTEM
AQUELES
QUE CUIDAM.
AQUELES QUE
PROTEGEM.**

**12 DE OUTUBRO.
DIA DO CORRETOR DE SEGUROS.**

E AQUELES QUE RESOLVEM.

Resolver é cuidar, proteger, tranquilizar e estar presente em qualquer situação.
A Tokio Marine agradece por toda a parceria e deseja um feliz dia.

- tokiomarine.com.br
- [Tokio Marine Seguradora](https://www.linkedin.com/company/tokiomarine-seguradora)
- [/TokioMarineSeguradora](https://www.facebook.com/TokioMarineSeguradora)
- [tokiomarineseguradora](https://www.instagram.com/tokiomarineseguradora)

Uma Seguradora completa pra você ir mais longe.



●●● PROFISSÃO

Ser corretor exige conhecimento e certificação

Atividade atrai cada vez mais interessados no setor que continua a crescer e a se diversificar

Dados da Escola de Negócios e Seguros (ENS), entidade que há mais de 50 anos forma profissionais para atuarem no setor de seguros, mostram um aumento na demanda por capacitações na área: em 2019, ela formou 3.602 pessoas, número que aumentou para 4.226 em 2020, e 6.984 no ano passado. De acordo com a ENS, uma das explicações para isso é o fato de que, com a pandemia, muita gente precisou buscar ocupações que permitissem o trabalho remoto. Isso fez crescer o interesse pela carreira de corretor de seguros profissional, essencial na cadeia produtiva do setor da economia que cresce ano a ano no Brasil. De acordo com informações da Susep (Superintendência de Seguros Privados), em outubro de 2021 havia 49.907 empresas corretoras de seguros registradas, número que avançou para 52.821 até agora. No que se refere a corretor de seguros pessoa física, são 66.234 profissionais no Brasil, amplamente concentrados na Região Sudeste. Os corretores são majoritariamente homens (52,8%, em 2021) – mas há uma participação cada vez maior das mulheres –, se situam principalmente na faixa dos 30 aos 40 anos, com um rejuvenescimento progressivo, e costumam ter curso superior completo (55,1%, em 2021).

De acordo com Tarcisio Godoy, diretor geral da Escola de Negócios e Seguros, o setor vem sendo continuamente desafiado por

ifeelstock



demandas que dialogam com as mudanças na sociedade. “Um profissional que tenha conhecimentos sobre este mercado, em qualquer área de atuação, torna-se um profissional com um diferencial competitivo, que passa a ser mais valorizado”, afirma. A ENS oferece cerca de 110 programas, desde o nível mais básico até a pós-graduação, passando ainda por avançados treinamentos internacionais. “No segmento de cursos técnicos, a habilitação de corretores de seguro está atenta para a evolução desse profissional. O corretor é muito mais do que um canal de venda, ele é um consultor técnico que aponta as melhores soluções para seus clientes. Precisa entender as necessidades de seus segurados de maneira individualizada e assertiva para oferecer as coberturas adequadas. Neste mercado, investir em educação continuada deixou de ser um diferencial para ser uma condição de sobrevivência”, diz o diretor.

Ele explica que há muitas especulações sobre quais profissões tendem a se valorizar no futuro. “No mercado de seguros, vale analisar o tema sob duas perspectivas. Pelo lado da demanda, é fácil constatar que algumas atividades serão cada vez mais necessárias e presentes em nossas vidas, incluindo as que lidam com a gestão e administração de riscos. Para atender a essa demanda, pelo lado da oferta, verificamos que a comercialização, gestão e administração de riscos acontecem em uma indústria de seguros já madura, estruturada como um conjunto de ferramentas que mitiga riscos, seja na área de Danos e Responsabilidades, seja nos segmentos de Vida ou Saúde. O que acontece, no entanto, é que, ao longo do tempo, os riscos se modificam, ficam sofisticados – o que ocorre também com os seguros criados para mitigá-los –, renovando a demanda por profissionais que entendam essa dinâmica”, avalia.

Estudos

Maria Helena Monteiro, diretora de Ensino Técnico da ENS, explica que o curso para Habilitação de Corretores de Seguros (CHCS), que dura até 7 meses, tem um custo que gira em torno de R\$ 6 mil para a formação completa. Os participantes aprendem sobre Capitalização e Vida e Previdência, o que possibilita comercializar produtos dessas linhas, e/ou Todos os Ramos, que compreende



pressmaster

66,2 mil

corretores
pessoa física
atuam no
Brasil

também os seguros de bens (automóvel, marítimo, rural etc). A habilitação – indispensável para atuar como corretor – é concedida ainda por meio da aprovação em exame, que a ENS realiza três vezes ao ano. De posse dela, o profissional realiza seu registro junto à Superintendência de Seguros Privados (Susep). As inscrições para o curso de formação de corretores estarão abertas, novamente, em dezembro, e podem ser feitas no site da ENS, no endereço: www.ens.edu.br. As turmas serão a distância, com aulas ao vivo. “A educação a distância possui algumas vantagens como a flexibilidade, no caso dos programas de autoaprendizagem, e eliminação das restrições geográficas. Cursos on-line têm sido cada vez mais reconhecidos por sua qualidade e ainda costumam ser oferecidos com investimentos mais razoáveis. Eles também ajudam o indivíduo a se tornar mais experiente em tecnologia, e são tendência muito forte entre os alunos adultos”, defende Maria Helena.

A diretora da ENS ressalta que cresce constantemente a complexidade dos seguros, com vários ramos novos, o que fortalece a necessidade de uma formação continuada dos corretores. Pode-se, nesse sentido, buscar uma pós-graduação, que eleva a compreensão do estudante sobre os temas da área de conhecimento escolhida e o coloca em nível de aprofundamento superior na discussão e na prática destes assuntos. “Por consequência, obter uma pós-graduação reflete em mais habilidades, oportunidades e mudanças planejadas de carreira, aumentando o potencial de ganhos e networking. Como a velocidade das mudanças no mundo é muito rápida, é preciso empenho para se manter atualizado e com conhecimentos aprimorados”, recomenda Maria Helena. Segundo ela, na ENS os interessados já encontram cursos dedicados a temas como cibersegurança e ESG (meio ambiente, sociedade e governança), entre outros que estão em evidência, como inovação e insurtechs.

●●● CONTRATAÇÃO

Buscar informações confiáveis e corretores certificados

Profissionais capacitados e empresas do setor garantem suporte de qualidade aos consumidores

“Para a contratação de qualquer tipo de seguro é necessário consultar um corretor regularizado pela Superintendência dos Seguros Privados (Susep). Ele é o profissional capacitado para atender os clientes desde a realização do acordo até um eventual sinistro, atuando como um consultor especializado para identificar produtos que melhor atendam às necessidades do consumidor”, indica José Adalberto Ferrara, Presidente da Tokio Marine Seguradora. Para verificar a situação de um corretor, quem estiver querendo contratar um seguro pode acessar o site da própria Susep (<https://www2.susep.gov.br/safe/Corretores/pesquisa>). O presidente do Sincor-SP, Boris Ber, recomenda, ainda, que os clientes, assim como fazem em relação a outros profissionais e empresas, quando forem contratar um seguro busquem por indicações junto a amigos, colegas e familiares.

José destaca a necessidade de também tirar todas as dúvidas em relação às coberturas oferecidas, franquias

que podem ser cobradas e outros aspectos do contrato antes de assiná-lo. Boris recomenda atenção a uma regra que serve para quase todo o tipo de produtos e serviços: tudo aquilo que tem um preço baixo demais requer alguma desconfiança. Ele cita, por exemplo, que hoje as seguradoras estão alertando os brasileiros sobre a oferta, por parte de empresas que não são seguradoras, de “proteção veicular”. Há inclusive uma campanha de conscientização sobre o tema, desenvolvida pela CNseg, a Seguro Auto Sim (www.seguroautosim.com.br), que evidencia o fato de as companhias que comercializam essas “proteções” não serem fiscalizadas e não terem garantia de estrutura financeira para honrar com seus compromissos. “Nosso receio é que alguém compre um produto desses achando que é um seguro, o que não é, e depois acabe falando mal do mercado. Temos de combater isso. O consumidor, o segurado, precisa, portanto, procurar conhecer se está lidando com uma seguradora registrada, que constitui reserva”, defende Boris.



AllaSerebrina

Respeito

Um artigo divulgado pela CNseg, assinado por Solange Beatriz Palheiro Mendes, diretora-executiva da entidade, destaca a importância e a atenção que as empresas do setor de seguros dão à relação com os seus clientes. Ela cita o trabalho das Ouvidorias, responsáveis pelo atendimento final e de maior qualificação prestado pelas companhias, e que em 2021 trataram mais de 150 mil demandas. Ainda de acordo com a CNseg, seguros são apenas o 15º segmento em número de demandas nos Procons, com 1,4%

do total, e um levantamento da entidade setorial demonstra que apenas 0,3% daquelas que são tratadas pelas ouvidorias chegam à fase de aplicação de multas pelos Procons, o que significa um índice de efetividade de 99,7% em relação a essas autuações (o indicador contempla multas aplicadas, e não todas as ocorrências nos Procons). Nas palavras de Solange “a efetividade das ouvidorias em um volume tão elevado de demandas demonstra uma capacidade e um compromisso valiosos do setor: o de resolver os problemas dentro de casa. Essa capacidade é essencial para manter a boa relação com o consumidor, demonstrando sua deferência a ele e cumprindo a vocação das companhias no mercado de consumo”.

Uma jornada inovadora tem início e meio, mas nunca um fim.

Continue avançando. Estude na ENS.

GRADUAÇÃO | PÓS-GRADUAÇÃO | MBA | PROGRAMAS INTERNACIONAIS
EXTENSÃO | CURSOS TÉCNICOS | CURSOS GRATUITOS

A Escola de Negócios e Seguros tem cumprido a missão de promover uma educação transformadora.

São mais de 50 anos atuando como a ponte entre os talentos e o mercado de trabalho.

0800 025 3322
ens.edu.br

PARCERIAS ESTRATÉGICAS

●●● SUSTENTABILIDADE

Setor preocupa-se em dar a sua contribuição

Em meados do ano, Superintendência de Seguros Privados divulgou circular sobre o tema, mas muitas seguradoras já estão atentas a ele há anos

Desde o primeiro dia do mês de agosto vigoram, no Brasil, as disposições da Circular 666, de 27 de junho de 2022, da Superintendência de Seguros Privados (Susep) sobre os requisitos de sustentabilidade a serem observados pelas sociedades seguradoras, entidades abertas de previdência complementar (EAPCs), sociedades de capitalização e resseguradores locais. As empresas passam a ter de adotar metodologias, processos, procedimentos e controles específicos para identificar, avaliar, classificar, mensurar, tratar, monitorar e reportar, de forma tempestiva, os riscos climáticos, ambientais e sociais a que estão, pelo menos potencialmente, expostas. Necessitam, ainda, elaborar uma política para gestão deles e uma política de sustentabilidade, bem como publicar, anualmente, um Relatório de Sustentabilidade, que deverá ficar acessível ao público externo. Quando da entrada em vigor da circular, a diretora-executiva da CNseg, Solange Beatriz Palheiro Mendes, afirmou que, “apesar de muitas companhias possuírem políticas socioambientais consolidadas, ao criar regras gerais e definir elementos mínimos para todas supervisionadas, a Susep estabeleceu condições para que o setor, como um todo, evolua e desenvolva ações de sustentabilidade mais concretas”.

A verdade é que o setor de seguros já dedica, há anos, atenção ao tema. Desde 2012, a CNseg apoia os Princípios para Sustentabilidade em Seguros (PSI) da Iniciativa Financeira do Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (UNEP FI), comprometendo-se a disseminar os propósitos de sustentabilidade e a realizar atividades para fomentar a adesão de empresas a eles. O último Relatório de Sustentabilidade publicado pela entidade, referente ao ano de 2020, que contou com a participação de 34 companhias, indicou que mais de 90% delas já consideravam questões de meio ambiente, sociais e de governança em seus planejamentos estratégicos. Além disso, 47,4% incluíam critérios de sustentabilidade na gestão



de investimentos e nos processos de subscrição de riscos, e 85% já avaliavam os critérios ESG na contratação de fornecedores e/ou homologação deles ou de prestadores de serviços.

Empresas

Na Allianz Seguros, segundo Marcos Campos, diretor executivo de Recursos Humanos e Comunicação da empresa, a estratégia de sustentabilidade é baseada nos 17 objetivos da Organização das Nações Unidas para o desenvolvimento sustentável, com prioridade para os de número 8 (trabalho digno e crescimento econômico), 13 (ação climática) e 17 (implementar parcerias globais para o desenvolvimento sustentável). “Somos globalmente reconhecidos pela preocupação em gerir um negócio de excelência de acordo com os mais rigorosos padrões ESG. Integramos o Índice de Sustentabilidade da Dow Jones, que é composto pelas 100 empresas de capital aberto mais sustentáveis da bolsa americana”, destaca ele. Dentre ações desenvolvidas e apoiadas pela Allianz, há

a Hora do Planeta, momento em que todas as empresas do grupo apagam as luzes simultaneamente por uma hora, iniciativa criada pelo World Wildlife Fund (WWF) para conscientizar cidadãos, organizações e o poder público sobre os desafios socioambientais. A companhia incorpora a sua preocupação com a sustentabilidade também nos produtos. “Estamos de olho em soluções para oferecer proteção e segurança a quem deseja diminuir seu impacto ambiental. É o caso, por exemplo, do seguro para grandes riscos que cobrem parques de energias renováveis, como a eólica e a solar”, explica o executivo da Allianz Seguros.

José Adalberto Ferrara, presidente da Tokio Marine Seguradora, por sua vez, conta que a empresa tem fortalecido a sua agenda ESG por meio de diversas iniciativas. Para compilar, propor e disseminar boas práticas e novas ideias nessa frente, ela conta, inclusive, com

um time multidisciplinar, formado por colaboradores de diferentes áreas. “Esse grupo faz parte de uma estratégia abrangente, que ganhou a assinatura Tokio ESG, e está inserida no propósito da companhia de contribuir para a construção de uma sociedade mais justa, transparente e que use os recursos naturais de forma responsável”, descreve. Ações já realizadas pela empresa nas áreas social, ambiental e de governança, incluem: manutenção de carteira de mais de 350 mil itens de microsseguros residenciais emitidos para classes menos favorecidas (até junho/2022); combate à pandemia de Covid-19; doações; o Sementes do Brasil, projeto de educação e apoio ao ingresso no mercado de trabalho para jovens entre 15 e 18 anos; introdução de comitês de responsabilidade na empresa; campanhas internas sobre ética e integridade; pesquisa de satisfação de clientes; proibição de contratação de seguros novos de indústrias que utilizam carvão como combustível; oferta de soluções em seguros relacionadas a riscos ambientais, na modalidade de transporte de carga e instalações fixas, que permitem ao segurado esquematizar um programa adequado para os riscos ambientais das suas atividades de forma consciente e ecologicamente correta; e, cobertura para painéis solares como incentivo à geração de energia limpa e renovável.

A Assurant, por sua vez, tem “talentos”, “produtos” e “clima” como pilares prioritários nas suas ações de ESG. Pensando na diminuição do impacto de suas operações no meio ambiente, ela tem como objetivo mundial o desenvolvimento

de uma infraestrutura de gestão para rastrear e relatar as emissões de gases de efeito estufa (GEE) dos Escopos 1, 2 e 3 globalmente. O fortalecimento à resiliência climática e o planejamento de adaptação para identificar vulnerabilidades

também são ações fundamentais para a companhia, melhorando a eficiência energética e reduzindo a pegada de carbono. A Assurant tem como meta, ainda, integrar totalmente o compromisso ambiental ao portfólio de investimentos de novos negócios.

90%
das seguradoras consideram questões ESG nas suas estratégias

Dentre as iniciativas de destaque da empresa está a de ela ser a única seguradora que detém um ecossistema completo para dispositivos móveis, desde a proteção dos produtos, passando pela compra e venda, reparo, remanufatura e remarketing. “Nosso programa de Trade-In e Buyback estão presentes em diversos países, fomentando a economia circular e levando a tecnologia mais avançada para os consumidores de forma mais acessível”, relata Vladimir Freneda, vice-presidente Comercial e Marketing da Assurant. Ricardo Fiuza, CEO Brasil e Presidente da empresa para a América Latina, complementa com as informações de que, somente em 2021, globalmente, a Assurant reconcionou aproximadamente o 1,9 milhão de telefones celulares, com a recuperação de cerca de 66.500 libras de cobre (+ de 30 mil kg), 1.467 libras de prata (+ de 700kg), 143 libras de ouro (65kg) e 63 libras de paládio (+28kg). “Com isso, esses metais preciosos não

1,9
milhões
de celulares
recondicionados

foram descartados em aterros e ajudaram a reduzir a necessidade de nova mineração. Produzir um único telefone requer 34kg de minério, 100l de água e 20,5 G de cianeto, por isso, sempre investimos em programas que contribuam com a economia circular e, consequentemente, com a redução de lixo eletrônico e de seus impactos ambientais”, explica. Outra forma de a empresa contribuir com o planeta está em auxiliar aos varejistas para eles ofertarem produtos mais sustentáveis. Em produtos de garantia estendida e aparelhos eletrônicos, a Assurant também está fornecendo, além das coberturas tradicionais para seus clientes, o Descarte Ecológico, que permite o gerenciamento de resíduos e reciclagem para que o segurado possa se desfazer corretamente de seus produtos antigos em todas as apólices adquiridas nos parceiros varejistas selecionados para esta ação. O benefício possibilita descartar adequadamente eletrodomésticos, eletrônicos e produtos tecnológicos, além de móveis. Lembrando que o descarte correto nem sempre é

Os PSI

Os Princípios da Sustentabilidade em Seguros, desenvolvidos pela Organização das Nações Unidas e propostos ao setor são quatro:

PRINCÍPIO 1.

Incluiremos em nosso processo de tomada de decisão questões ambientais, sociais e de governança que sejam relevantes para nossa atividade em seguros.

PRINCÍPIO 2.

Trabalharemos em conjunto com nossos clientes e parceiros comerciais para aumento da conscientização sobre questões ambientais, sociais e de governança, gerenciamento de riscos e desenvolvimento de soluções.

PRINCÍPIO 3.

Trabalharemos em conjunto com governos, órgãos reguladores e outros públicos estratégicos para promover ações amplas na sociedade sobre questões ambientais, sociais e de governança.

PRINCÍPIO 4.

Demonstraremos responsabilidade e transparência divulgando com regularidade, publicamente, nossos avanços na implementação dos Princípios

destinar à reciclagem, mas também à doação, que está coberta pelo Descarte Amigo - coleta e transporte dos produtos

antigos para outro local de preferência do consumidor, como por exemplo a doação para um amigo ou uma instituição.



Pode ser para
o seu carro, sua casa,
sua empresa
e sua vida.

A Allianz está com você.

Quem tem um seguro Allianz,
tá tranquilo. São mais de 40 opções
de seguros: Vida, Auto, Residência,
Empresa, Condomínio e muito mais.

Peça para o seu corretor.



Saiba
mais.

Allianz Seguros S.A., CNPJ 01.573.796/0001-66, Rua Eugênio de Mello, nº 353, andar 1, torre 2 av. B, 1514-16 - Pinheiros - São Paulo/SP - CEP 04635-000. Processo SUSEP nº 15454-0/2019/0007-74. Processo SUSEP nº 15454-0/2022/0006-07. Processo SUSEP nº 15454-0/2019/0006-04. Processo SUSEP nº 15454-0/2019/0006-04. Processo SUSEP nº 15454-0/2019/0006-04. Processo SUSEP nº 15454-0/2019/0006-04. Consulte as condições gerais, assim como as planilhas de avaliação de risco, sempre e obrigatoriamente no site www.allianz.com.br. O registro do produto é obrigatório e não representa garantia ou recomendação por parte do SUSEP. A avaliação do seguro está sujeita a condições de risco. Laudo Técnico: Allianz Seguros. Nº 1133. Empresa e agência: Allianz Seguros. SAC (24h) 0800 1211 5213. Cuidador Allianz Seguros: 0800 773 3123. Atendimento pessoal com benefício exclusivo de fidelidade: 0800 1211 1238.



●●● EDUCAÇÃO

Para conhecer mais sobre o setor e suas soluções

Entidades oferecem recursos para quem quer ampliar os conhecimentos sobre os seguros

Muitos sites podem ser úteis para quem quer obter mais detalhes e sanar dúvidas a respeito do mercado de seguros e suas soluções. Uma das fontes confiáveis que podem ser acessadas é a página do órgão que o regula, a Superintendência de Seguros Privados, Susep (www.gov.br/susep). Nela, além de conteúdos educativos, há outros recursos importantes, como os de “Consultar Entidades Licenciadas”, “Pesquisa de corretores” e “Consulta a produtos Susep”. Este último permite conferir se o plano de seguro, o plano de previdência complementar aberta ou o título de capitalização contratado está devidamente registrado. O link de Perguntas e Respostas também



baranq

esclarece várias dúvidas sobre seguros em geral, mas também a respeito dos diferentes segmentos.

Os sites de entidades vinculadas ao setor, como a CNSeg (www.cnseg.org.br) também são ótimos canais para buscar informações precisas. Na página dela, além de notícias de destaque, estão disponíveis publicações gratuitas e links para campanhas desenvolvidas pela Confederação. Um dos recursos interessantes é o Glossário do Seguro, que detalha as principais características de cada tipo, as suas coberturas principais e adicionais, os riscos excluídos, amplitude de capitais segurados, formas de contratação etc. A CNSeg também produz vídeos da série “Você + Seguro”, em que, a cada episódio, há o aprofundamento a respeito de um tema/segmento do mercado. Eles podem ser acessados por intermédio do canal da organização no Youtube.

Um pouco de “segurês”

Apólice:

documento emitido pela empresa formalizando a aceitação da cobertura solicitada pelo proponente, nos planos individuais, ou pelo estipulante, nos planos coletivos.

Aviso de sinistro:

comunicação da ocorrência de um sinistro que o segurado é obrigado a fazer ao segurador assim que tenha dele conhecimento.

Condições gerais:

conjunto das cláusulas comuns a todas as modalidades e/ou coberturas de um plano de seguro, com as obrigações e os direitos das partes.

Franquia:

valor ou percentual expresso na apólice, que representa a parte do prejuízo indenizável que deverá ser arcada pelo segurado por sinistro

Prêmio:

valor que o segurado e/ou estipulante paga à seguradora para ter direito ao seguro.

Sinistro:

representa a ocorrência do risco coberto, durante o período de vigência do plano de seguro.

Soluções Digitais Assurant:

mais praticidade e proteção para seus clientes, mais receita para sua empresa.



TRADE IN DE CELULARES

Diagnóstico em tempo real para avaliação remota ou presencial de aparelhos usados como parte de pagamento de um novo.



DIGITAL WALLET/PIX

Proteção para as transações eletrônicas do seu cliente.



INTEGRAÇÃO DIGITAL

Tudo isso através de integração via API. Segurança e agilidade para integrar a operação de seguros em canais físicos ou digitais.

Conheça outras soluções da Assurant



Garantia Estendida para eletroeletrônicos
Garantia Estendida para automóveis
Seguro Pneus



Roubo, Furto, Quebra Acidental,
Trade In e upgrade para celulares
e dispositivos móveis
Quebra Acidental, Roubo e Furto
para bicicletas



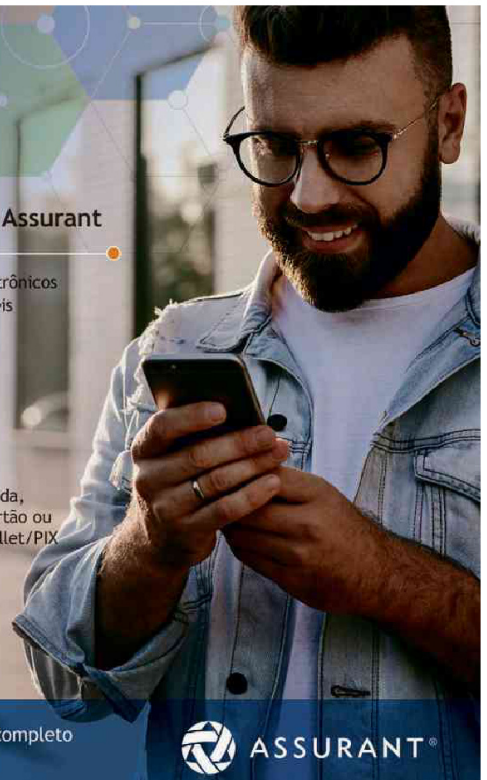
Proteção Financeira, Perda de Renda,
GAP de Financiamento, Seguro Cartão ou
Bolsa Protegida, Seguro Digital Wallet/PIX



Seguro e Assistência
Residencial



Acidentes Pessoais
e Telemedicina



/Assurant

/Assurantinc

@Assurantinc

Conheça nosso portfólio completo
no site assurant.com.br

ASSURANT®