

SEGUROS

Cada vez mais presentes na vida dos brasileiros

Setor cresce impulsionado por inovações e pela conscientização do público sobre a importância de investir em proteção

No último dia 5 de outubro a Confederação Nacional das Empresas de Seguros Gerais, Previdência Privada e Vida, Saúde Suplementar e Capitalização (CNseg) revisou a estimativa de crescimento do mercado do setor para 9,4% em 2023. Em 2022, por exemplo, contabilizou-se crescimento de demanda de 16,2% em relação a 2021, com mais de R\$ 355,9 bilhões em arrecadação (sem Saúde e sem DPVAT), enquanto os pagamentos de indenizações, benefícios, resgates e sorteios (sem Saúde e sem DPVAT) somaram mais de R\$ 219,4 bilhões, aumento de 15,5%. Já os dados divulgados no final do último mês de setembro pela Superintendência de Seguros Privados (Susep) indicaram uma arrecadação de R\$ 217,18 bilhões entre janeiro e julho de 2023 – ou seja, crescimento de 8,6% em relação ao mesmo período do ano anterior – e um retorno de R\$ 130,56 bilhões à sociedade. “Esses resultados confirmam que o setor de seguros brasileiro é sólido e consistente e vem aumentando sua participação na economia do país. Mais além do que o crescimento, um setor sólido como o brasileiro é uma garantia para a sociedade nos momentos de necessidade da cobertura do seguro”, declara Guilherme Perondi, Vice-presidente Executivo Brasil e Head de Distribuição LATAM na Swiss Re Corporate Solutions. Ele ressalta que os produtos oferecidos protegem a vida e cuidam da saúde das pessoas, assim como cobrem seus bens mais preciosos, como veículos e moradias. “Para as empresas, o seguro tem enorme valor ao cuidar de ativos e riscos financeiros, e inclusive de funcionários, cobrindo também eventuais danos que suas operações podem causar a terceiros.

Quanto mais houver penetração de seguros em uma sociedade, mais resiliente ela é contra crises, choques e eventos inesperados. O mundo em que vivemos é a cada dia mais complexo e sujeito a mais riscos,

sejam eles climáticos, econômicos, políticos ou sociais. E esse cenário torna os seguros mais valiosos como instrumento de proteção para a sociedade”, descreve o executivo.

PLANO

Apesar dos bons números de mercado, o nível de penetração dos seguros no Brasil é ainda baixo se comparado não só a países desenvolvidos, mas também com outros em desenvolvimento. Atenta a isso, em março deste ano, a CNseg lançou o Plano de Desenvolvimento do Mercado de Seguros, Previdência Aberta, Saúde



pikselstock

Suplementar e Capitalização (PDMS), resultado do esforço conjunto entre seguradoras e corretores, e das federações que compõem a entidade, incluindo a Federação Nacional de Seguros Gerais (FenSeg) e a Federação Nacional dos Corretores de Seguros Privados (Fenacor). O documento define metas e mudanças a serem alcançadas até 2030, com dois principais propósitos: ampliar a parcela da sociedade brasileira atendida pelos produtos do mercado de seguros, previdência aberta, saúde suplementar e capitalização em 20%; e, elevar o pagamento de indenizações, benefícios, sorteios, resgates e despesas médicas e odontológicas dos atuais 4,6% do PIB para 6,5%

do Produto Interno Bruto (PIB). Ao todo, estão previstas 65 iniciativas, divididas em quatro eixos de atuação: imagem do seguro, canais de distribuição, produtos e eficiência regulatória. O presidente da CNseg, Dyogo Oliveira, quando da apresentação do PDMS, estimou que, em consequência da execução do Plano, o setor possa atingir, em termos de receita, 10% do PIB nacional em 2030. Outra ação da CNseg em 2023 foi a de publicar a Agenda Institucional do setor. O documento, que prevê ações relacionadas ao ambiente regulatório e uma pauta legislativa, contempla os diversos ramos de seguros e temas como relações de consumo, ESG, seguro de catástrofes, seguros de pessoas e previdência, títulos de capitalização e o novo Marco Regulatório da Saúde Suplementar.

ADAPTAÇÃO

As seguradoras, de maneira geral, têm investido no desenvolvimento de produtos ou serviços cada vez mais pertinentes aos consumidores. Há movimentos, por exemplo, para o uso de tecnologias como inteligência artificial, aprendizagem de máquinas, atendimento digital rápido e distribuição de soluções por múltiplos canais, com o intuito de obter mais eficiência e reduzir custos, sem perder a qualidade no atendimento a pessoas e empresas.

As companhias também enriquecem constantemente suas práticas em prol do desenvolvimento sustentável. No final de setembro, a CNseg divulgou o novo Relatório de Sustentabilidade do Setor de Seguros, que indica que 93,5% das 45 empresas

que contribuíram com informações no documento – elas respondem por 75% da arrecadação total do mercado representado pela entidade – integram pautas Ambientais, Sociais e de Governança (ESG, na sigla em inglês) às suas estratégias, e que 63,3% monitoram e avaliam as suas ações com base em critérios claros e objetivos, de forma a verificar a efetividade delas. Ainda, 64,5% das seguradoras informaram que incluem questões ESG em suas políticas de investimentos (próprios ou geridos por terceiros) e 70,6% as levam em consideração em suas políticas gerais de subscrição de risco, ou seja, nos processos para dimensionar, avaliar, precificar e aceitar os riscos dos clientes.



TECNOLOGIA

Setor incrementa facilidades aos consumidores

Digitalização avança e surgem ferramentas que ajudam a escolher produtos e coberturas pertinentes

No cenário de conexões quase permanentes e cada vez mais acessíveis, o setor de seguros também investe para transformar-se e entregar aos consumidores soluções que os ajudam a selecionar as melhores apólices e a realizarem as contratações com segurança. Promover a digitalização de processos sem perder a humanidade nas transações e relacionamentos com os clientes é um dos objetivos de empresas do setor, e foi tema discutido na Conferência Hemisférica de Seguros – Fides 2023, realizada no final do mês de setembro, no Rio de Janeiro. Na oportunidade, o diretor geral da Allianz Commercial Latin America, David Colmenares, destacou o dever de a companhia sempre pensar primeiro nos consumidores, sobre como eles podem estudar e adquirir os produtos. “Nós vendemos segurança, credibilidade. Os clientes têm que entender que estão comprando paz mental”, disse. No mesmo painel do evento, Roberto Santos, CEO da Porto Seguro, avaliou que a internet tornou o consumidor mais empoderado e isso levou empresas a mudarem sua forma de atuação. Segundo ele, durante muito tempo as seguradoras construíram processos pensando no que era bom para a elas, sem levar em consideração o cliente, mas que agora o mercado passa por uma “evolução digital”, em que as soluções precisam ser fáceis, introduzidas em velocidade adequada e de maneira a serem viáveis para os segurados.

Um estudo feito pela Confederação Nacional das Seguradoras (CNseg) entre 2020 e 2022 identificou que a pandemia de Covid motivou uma aceleração na adoção de novos recursos para reduzir a necessidade de atendimento presencial, e que atualmente, 56,5%, ou seja, mais da metade das empresas do mercado segurador, já realizam mais de 75% de seus processos digitalmente. O levantamento

apontou, paralelamente, que mesmo com esse crescimento, clientes não querem perder o contato com os corretores, e preferem as experiências que unem o físico e o virtual. Durante o período de realização da pesquisa, a CNseg identificou, ainda, que muitas seguradoras e corretores movimentaram-se na direção de três pilares básicos: Digitalização, que fez com que as empresas atuassem em ambientes



Novas tecnologias facilitam o acesso a informações confiáveis e permitem transações ágeis e seguras

TimeStopper

digitais; Novos Produtos, centrado na criação de produtos focados no “humano”; e Ganha-Ganha, adoção de um modelo que beneficiou a sociedade por meio de investimento em pessoas, tecnologia e comunicação.

Guilherme Perondi, vice-presidente Executivo Brasil e Head de Distribuição LATAM (América Latina) na Swiss Re Corporate Solutions, avalia que o setor de seguros entende a necessidade de investimentos em tecnologia e conhecimento técnico para seguir relevante e para não só evoluir a indústria, mas também facilitar o acesso de pessoas e empresas à cobertura dos produtos. “Como um dos maiores conglomerados de resseguros e seguros do mundo, nosso propósito é ajudar a sociedade a prosperar e progredir, criando oportunidades e soluções sob medida, antecipando e gerenciando riscos, desde o envelhecimento da população até o crime cibernético para tornar o mundo mais resiliente”, aponta o executivo.

PLATAFORMAS

Desde agosto passado, a Confederação Nacional das Seguradoras (CNseg) coloca à disposição dos consumidores brasileiros a Encontre seu Seguro, plataforma que reúne informações sobre as características de produtos de mais de 60 empresas que, em conjunto, representam 90,5% da arrecadação do setor. A partir da leitura das APIs (uma linguagem tecnológica padronizada de comunicação) disponibilizadas pelas companhias, a solução de fácil navegação e linguagem simplificada permite consultar e comparar as coberturas oferecidas (ou modalidade de planos de previdência, ou periodicidade de sorteio dos títulos de capitalização). A ferramenta unifica exclusivamente informações de domínio público e acessá-la não requer

cadastro prévio. “Estamos na vanguarda em apresentar uma plataforma aberta a todos que querem conhecer os produtos oferecidos pelas empresas do setor. Esta é a primeira vez que uma solução deste nível é lançada no mercado”, explicou Dyogo Oliveira, presidente da CNseg, quando a plataforma foi lançada. A Encontre

seu Seguro não exclui o acompanhamento e a orientação dos corretores, e contribui para que os profissionais ganhem mais agilidade nos orçamentos, além de ampliar a assertividade na análise de risco dos segurados, sendo que esta última pode, inclusive, impactar no valor pago à seguradora.

A Liberty Seguros também investe na digitalização e no acesso a informações qualificadas por parte dos consumidores. A empresa já lançou as plataformas Meu Momento Vida e Meu Momento Residência, que permitem conhecer e contratar de forma ágil e totalmente online, as suas apólices. A ideia é que os clientes tenham condições de encontrar e selecionar os produtos que façam mais sentido para as suas vidas e patrimônios. Além de permitir a personalização para os clientes, o lançamento traz oportunidades de negócios para os corretores, que recebem um link que permite tornarem únicas as suas lojas, e em que podem customizar os pacotes de coberturas, assistências, comissão de vendas digitais e fazer a gestão de Leads.

No caso da Allianz Seguros, segundo David Beatham, diretor executivo de Automóvel, Massificados e Vida da empresa, a companhia agrega diversas novidades pautadas na conectividade, agilidade e simplicidade ao cliente, todas realizadas por meio de análises do mercado e do feedback recebidas dos corretores parceiros, que estão em contato

POINT 30
COMUNICAÇÃO E MARKETING ANOS

ANUNCIE NOS NOSSOS
CADERNOS ESPECIAIS:

SAÚDE
TECNOLOGIA
COMPORTAMENTO
INFRAESTRUTURA
FINANÇAS
AGRO
NEGÓCIOS
BEM-ESTAR

CONSULTE NOSSA AGENDA



(11) 3167-0821

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

direto com os segurados e potenciais clientes. Ele destaca, por exemplo, a introdução da ferramenta chatbot, em que o uso de inteligência artificial permite resolver questões mais simples, como gerar boletos de segunda via, o que deixa as pessoas que trabalham no atendimento aos clientes livres para tratar de questões mais complexas. Outro dirigente da Allianz, Luciano Calheiros, diretor executivo de Negócios Corporativos, aponta que a companhia já atende às demandas do mercado provendo soluções cada vez mais simples e que possam ser cotadas on-line. “Estamos aplicando a digitalização também às linhas corporativas, a exemplo do seguro de Responsabilidade Civil PME Digital, que resguarda o segurado em caso de indenizações a terceiros por danos e custos provenientes de incidentes. A cotação é simples, ágil e intuitiva e está disponível direto em versão digital compatível com telas de smartphones, com facilidades ao corretor parceiro que, ao inserir o CNPJ da empresa, tem à disposição o preenchimento automático das informações por meio de inteligência de dados”, detalha ele, que aponta que outros produtos têm recebido facilidades semelhantes a essas, o que permite que atividades sejam feitas de uma forma mais automática, rápida e ágil. “Processos mais simples, intuitivos, rápidos e integrados ampliam a eficiência, permitem acelerar o volume de negócios e propiciam uma entrega de serviços com mais qualidade”, amplia Luciano.

OPEN INSURANCE

O setor brasileiro avança na introdução do Open Insurance, ou Sistema de Seguros Aberto, que permitirá aos

Superação do “segurês” é foco

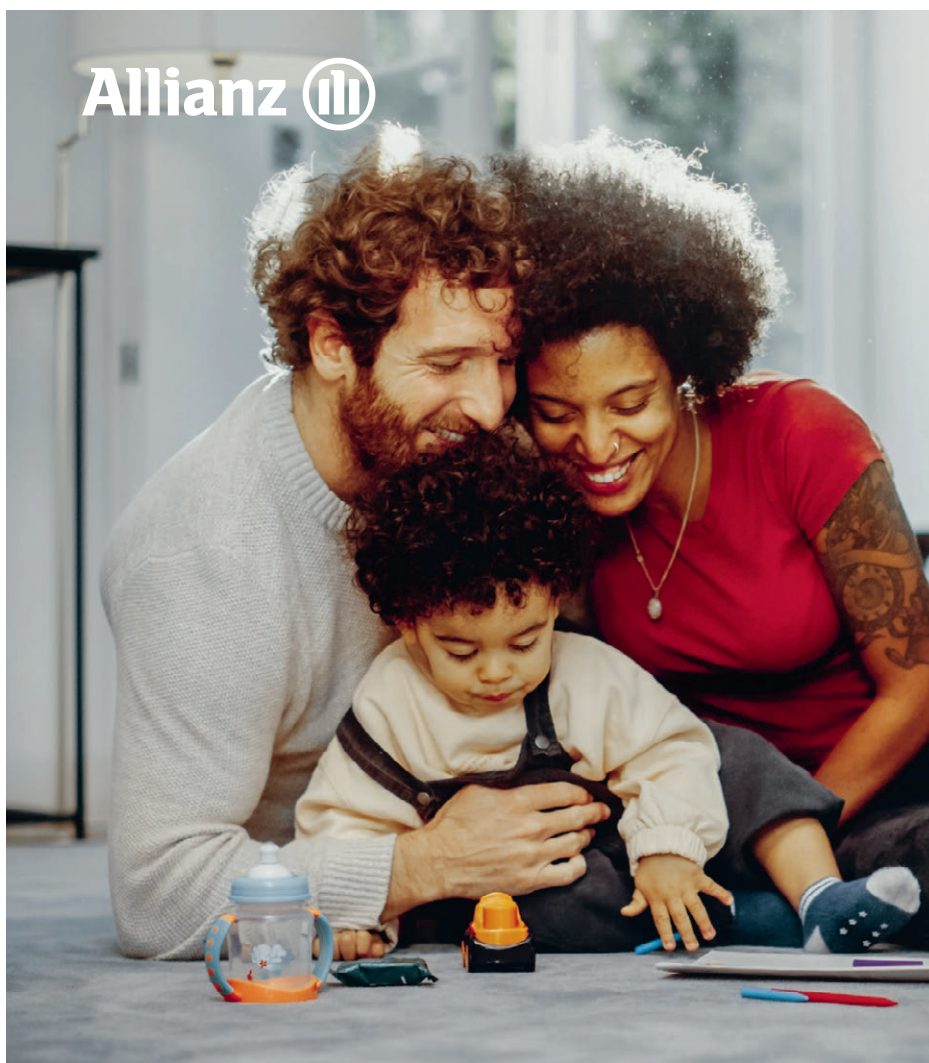
Ao lado dos investimentos em tecnologia, as seguradoras estão atentas à necessidade de qualificarem a comunicação com os clientes sobre o que são e como funcionam os seus produtos. A simplificação da linguagem é um dos pilares do Plano de Desenvolvimento do Mercado de Seguros, Previdência Aberta, Saúde Suplementar e Capitalização (PDMS). O entendimento das companhias é o de que a dificuldade da sociedade em compreender os

termos técnicos de seguros acaba por ser, não poucas vezes, um impeditivo para a confiança no setor e, conseqüentemente, para a contratação de uma solução. Durante o CQCS Insurtech & Innovation, 2023, foi lançada inclusive a campanha “Segurês Não!”, cujo objetivo é contribuir com a adoção de uma linguagem mais acessível no setor. Quem quer conhecer mais sobre seguros e sobre a terminologia relacionada a eles, pode recorrer a

conteúdos explicativos e glossários disponibilizados por entidades como a Federação Nacional dos Corretores de Seguros Privados e de Resseguros, de Capitalização, de Previdência Privada, das Empresas Corretoras de Seguros e de Resseguros, a Fenacor (no www.fenacor.org.br), ou a Confederação Nacional das Empresas de Seguros Gerais, Previdência Privada e Vida, Saúde Suplementar e Capitalização, a CNseg (no www.cnseg.org.br).

consumidores de produtos e serviços de seguros, previdência complementar aberta e capitalização compartilhem suas informações entre diferentes sociedades autorizadas/credenciadas pela Susep, de forma segura, ágil, precisa e conveniente. A novidade operacionalizará e padronizará essa partilha de dados por meio de abertura e integração de sistemas. Assim, eles poderão ser utilizados para desenvolver novos produtos e serviços que atendam às necessidades atuais e futuras dos consumidores, além de serem integrados ao Sistema Financeiro Aberto – Open Finance. Dentre as vantagens que isso agrega aos clientes

estão a personalização de soluções, mais liberdade para contratação nos formatos que forem convenientes, mais agilidade nas transações, facilidade na portabilidade entre seguradoras e melhores condições de negociação. Segundo a Susep, que regulamenta a novidade, a própria plataforma Encontre Seu Seguro, mencionada anteriormente, foi possibilitada pelo compartilhamento de informações disponibilizadas na Fase 1 do Projeto Open Insurance, que englobam aquelas de caráter público, como produtos comercializados e suas coberturas, canais de atendimento presenciais, telefônicos e eletrônicos.



85 milhões de clientes no mundo.
Mais de 40 opções de seguros.
E a confiança que vai
muito além dos números.

Com a Allianz, você e sua família prontos para viver o melhor em todos os momentos: **com seu carro, sua casa, sua empresa e sua vida.**

→ Peça para o seu corretor.

Siga a Allianz nas redes sociais:

@allianzbrasil /allianzbrasil /allianzbrasil

Saiba mais:



Processo SUSEP no 15414.001289-2007-74. Consulte as Condições Gerais, assim como os planos de assistência 24h, serviços e abrangência do seguro no site www.allianz.com.br. O registro do produto é automático e não representa aprovação ou recomendação por parte da SUSEP. A aceitação do seguro está sujeita a análise do risco. Linha Direta Allianz Seguros: 4090 1110 (Capitais e Regiões Metropolitanas), 0800 777 7243 (demais regiões). SAC (24 horas): 08000115215. Whatsapp:(11) 4090 1110. Ouvidoria Allianz Seguros: 0800 771 3313. Atendimento à pessoa com deficiência auditiva ou de fala: 08000 121 239.

PORTFÓLIO

Produtos para necessidades variadas

Seguradoras acompanham demandas dos clientes, indicações de corretores e mudanças nos cenários locais e global

Atenção às demandas dos clientes e versatilidade são características do mercado segurador na sua busca por oferecer produtos pertinentes às pessoas e a negócios nos seus mais diferentes perfis e estágios de vida, o que passa por levar em conta também mudanças que incluem das tecnológicas às climáticas nos cenários locais e mundial. “Nossa oferta de soluções é bem ampla incluindo Riscos Patrimoniais e Engenharia, Seguros Garantia, Seguros Rurais e Agrícolas, Seguros para Transportes de Cargas e Riscos Financeiros e Responsabilidades e temos visto crescimento em praticamente todos nossos produtos nos últimos três anos, e cada segmento da economia tem uma dinâmica específica. Então, de um lado vemos crescimento da demanda por coberturas tradicionais e por outro necessidade de proteção contra o que chamamos de riscos emergentes, ou seja, novas exposições que as empresas precisam de ajuda para se proteger”, exemplifica Guilherme Perondi, vice-presidente Executivo Brasil e Head de Distribuição LATAM (América Latina) na Swiss Re Corporate Solutions. “Para desenhar as melhores soluções, contamos com um time local altamente qualificado e ainda com uma rica troca de experiência com profissionais do Grupo Swiss Re em diversos outros países”, complementa ele.

David Beatham, diretor executivo de Automóvel, Massificados e Vida da Allianz Seguros, por sua vez, também ressalta que a empresa desenvolve produtos para diferentes perfis, considerando pacotes que vão dos mais básicos aos premium, com o intuito de atender a todos os públicos e conceder ofertas mais aderentes às necessidades do consumidor final. Segundo ele, as apólices relacionadas a veículos seguem como as mais comercializadas pela companhia e pelo mercado, mas cresce o interesse por outras modalidades dedicadas ao varejo. “Como exemplo, cito o seguro

de Vida, que passou a ser visto como um instrumento de proteção financeira tanto para o segurado quanto para a sua família, em diversos tipos de situações que podem interferir na manutenção do padrão de vida – e não apenas no momento do falecimento do seu titular, como era caracterizado até então pela maior parte dos consumidores”, declara.

Outro ramo em evidência, segundo David, é o Residencial, que se mostra essencial para proteger a casa própria, um sonho cuja conquista demanda investimento

Produtos tradicionais, como os para veículos, ganham a companhia de novos, que surgem para dar conta de riscos como os cibernéticos e climáticos.

alto e, muitas vezes, financiamento longo. “Mas a procura pelo seguro Residencial alavancou sobretudo em função da pandemia, quando muitos moradores transformaram o seu lar em um espaço também de trabalho”, complementa o executivo, que aponta o fato de muitas empresas terem decidido manter o modelo de trabalho

híbrido permanentemente, mesmo com o abrandamento da crise sanitária. “Temos, ainda, o seguro Empresarial, que concede uma grande variedade de garantias para que a empresa siga com sua operação e evite que o negócio sofra interrupções que possam, de alguma forma, afetar os seus colaboradores, fornecedores e clientes. Há um grande potencial para esta carteira, especialmente quando falamos das pequenas e médias empresas, que hoje categorizam 99% das existentes no país e são responsáveis por 27% do PIB e por 62% dos empregos de carteira assinada, de acordo com dados do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae)”, avalia o executivo.

Luciano Calheiros, diretor executivo de Negócios Corporativos da Allianz, destaca o potencial de carteiras como a do seguro Rural, dada a importância do agronegócio no Brasil e da crescente conscientização dos produtores em relação aos produtos disponíveis no mercado, especialmente em função das mudanças climáticas, fator que foge ao controle deles. “A carteira



Faber14

de Transportes é outra que desponta no momento. Somente no 1º semestre deste ano, o setor transportador gerou 61,5 mil postos de trabalho, 5,2 mil a mais que no mesmo período de 2022. Na Allianz vemos diversas oportunidades para operar com

o seguro de Transportes de Carga, em especial em três categorias: escoamento das safras do agronegócio, sobretudo devido ao transporte de grãos; e-commerce, e setor de medicamentos e itens farmacêuticos”, detalha Luciano.

SIGA EM FRENTE

Termos claros. Pagamentos com rapidez.
Advancing Corporate Insurance Together.

 **Swiss Re**
Corporate Solutions

A Swiss Re Corporate Solutions Brasil é uma seguradora controlada pela Swiss Re Corporate Solutions Ltd. e tem o respaldo da força financeira e da experiência do Grupo Swiss Re, uma multinacional com presença global e 150 anos de história. Em 2017, em um movimento que marcou a indústria de seguros, iniciou joint venture com a Bradesco Seguros, passando a ter acesso exclusivo à sua rede de distribuição e transformando-se em uma das companhias líderes do país nos ramos em que atua. A gama de produtos, direcionada a pequenas, médias e grandes empresas, vai desde a transferência de riscos padronizados e programas multilinha, até opções altamente customizadas às necessidades dos clientes. Atua em cinco grandes linhas de negócios: Agronegócios, Garantia, Patrimonial, Responsabilidade Civil & Linhas Financeiras e Transportes.

Para mais informações, acesse: www.corporatesolutions.swissre.com/brasil-seguros
O registro do produto é automático e não representa aprovação ou recomendação por parte da SUSEP.

Ouvidoria: 0800 591 5224 | ouvidoria.swissrebrasil@pimintel.com.br
SAC: 0800 008 9756 | Deficientes auditivos: 0800 008 9758. Assistência 24 horas: Europ Assistance Brasil Serviços de Assistência S.A. | CNPJ: 01.020.029/0001-06.

© 2023 Swiss Re. All rights reserved.