



Revista **Previdência & Seguros**

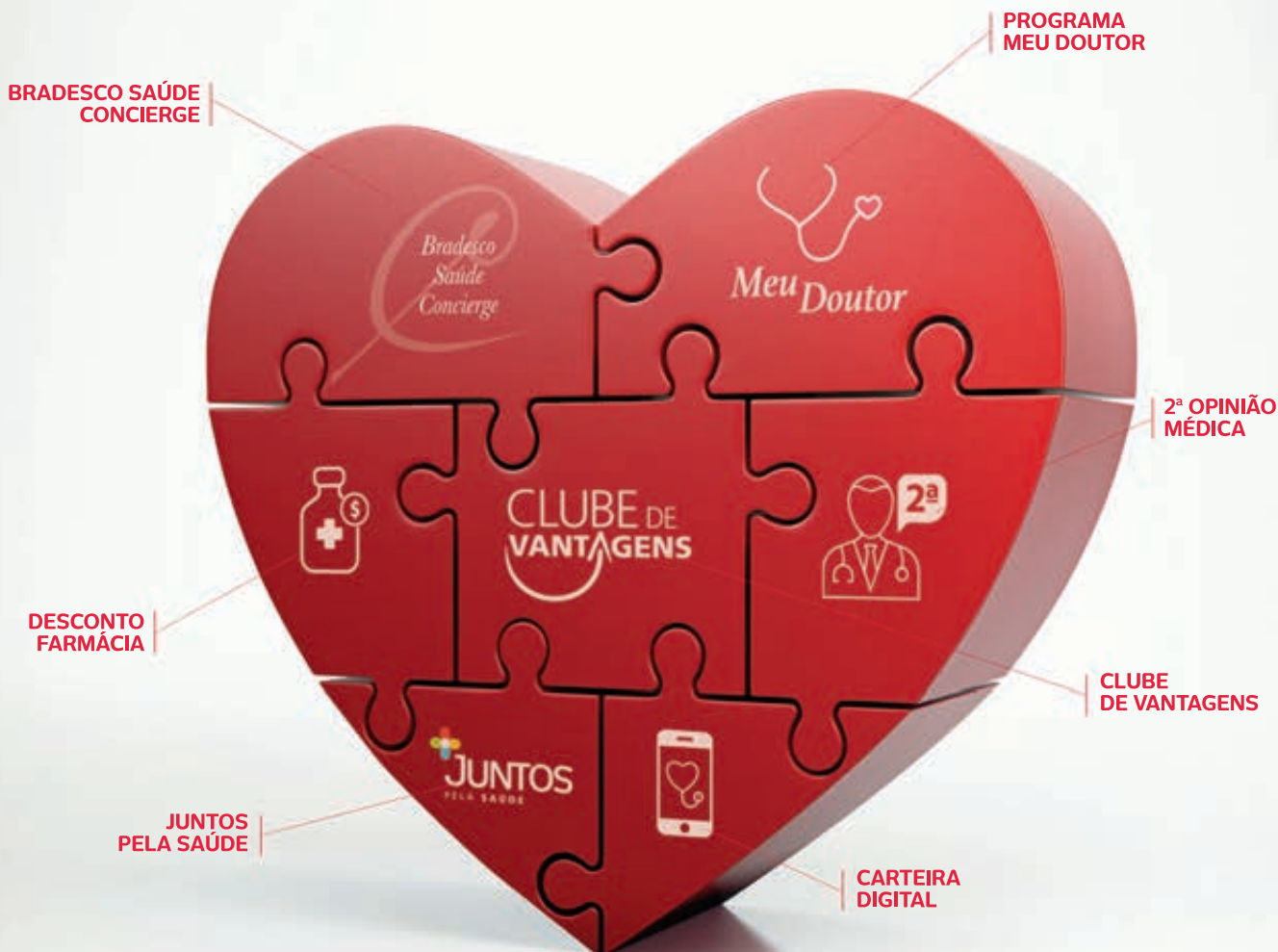
**O aumento
da expectativa
de vida
dos brasileiros
movimenta
o mercado
de seguros**

**Longevidade
em pauta**



SEGUROS DA BRADESCO SAÚDE

Um conjunto de serviços para seus Clientes não quebrarem a cabeça com os imprevistos de saúde.



Com a experiência e a solidez da Bradesco Seguros, seus Clientes contam com um seguro-saúde flexível de qualidade, que oferece coberturas abrangentes e diversos benefícios. Ofereça o Seguro da Bradesco Saúde e faça bons negócios.

Central de Relacionamento: 4004 2700 / 0800 701 2700
SAC - Serviço de Atendimento ao Consumidor: 0800 727 9966
SAC - Deficiência Auditiva ou Fala: 0800 701 2708
Ouvidoria - 0800 701 7000

bradescoseguros.com.br

[@BradescoSeguros](https://twitter.com/BradescoSeguros) facebook.com/BradescoSeguros

CNPJ: 92.693.118/0001-60. As informações e as imagens contidas neste material são indicativas. Os direitos e as obrigações encontram-se nas Condições Gerais dos Seguros contratados. Todos os serviços estão sujeitos a limites e especificações estabelecidos no contrato. A Bradesco Saúde não comercializa planos individuais.

ANS - nº 005711

 **Bradesco Seguros**
É melhor ter.



Esta Edição

Previdência & Seguros

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

Diretoria Efetiva

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

Diretoria Suplente

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

Conselho Fiscal

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

Suplentes do Conselho Fiscal

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

Delegado Representante - Fenacor
Henrique Jorge Duarte Brandão

Suplente de Delegado - Fenacor
Nilson Garrido Cardoso

Delegacias Regionais

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

Subdelegacias Regionais

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

Representações

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

Redação

Coordenação editorial: VIA TEXTO
Tel. (21) 2262.5215

E-mail: viatexto@viatexto.com.br

Jornalista Responsável:

Vania Mezzonato (MTB 14.850)

Repórteres: Mariana Rocha, Francisco Luiz Noel, Luciana Calaza, Luiz Lourenço e Maria Luisa Barros

Projeto gráfico e diagramação: Tapioca Comunicação
Fotografias: Agência Brasil, Ari Versiani, Arquivo P&S, Factual Comunicação, Freeimagens, Mirian Fichtner, Rosane Bekierman e divulgação empresas
Publicidade: Farnzei & Associados
Tel.: (21) 2548-7778 • antonio.farnzei@aafcom.com.br
Impressão: WalPrint Gráfica e Editora

JOVENS E IDOSOS, EXTREMOS QUE INTERESSAM AO MERCADO

O AUMENTO DA EXPECTATIVA DE VIDA ENTRE OS BRASILEIROS – O TERCEIRO MAIOR DO MUNDO, ATRÁS DA CHINA E DA TAILÂNDIA – MOBILIZA O MERCADO DE SEGUROS, QUE É DESAFIADO A OFERTAR UM LEQUE DE PRODUTOS DE PREVIDÊNCIA PRIVADA E, DE OUTRO, SUPLEMENTAR AS FALHAS DO SISTEMA ESTATAL DE APOSENTADORIA. OS JOVENS TAMBÉM SÃO MOTIVO DE ATENÇÃO. EM 2015, CORRESPONDIAM A QUASE 24% DA POPULAÇÃO, SEGUNDO O IBGE. E CADA DIA AUMENTA ENTRE ELES A CONSCIÊNCIA DE QUE DEVEM COMEÇAR A PENSAR CEDO NA APOSENTADORIA.

06

Acidente do Trabalho

O ministro do Planejamento, Dyogo de Oliveira, esteve na CNseg, em janeiro, para debater a proposta apresentada pela Confederação para a privatização do Seguro de Acidentes do Trabalho, em atendimento a uma solicitação do próprio Ministério. O mercado estuda alternativas também junto à Susep e ao Ministério da Fazenda, para avançar em torno de um modelo de privatização do seguro. A discussão está na fila de prioridades do governo, que agora debate as reformas da previdência e trabalhista.

12

Certificação Digital

A certificação digital, documento que garante a segurança e a agilidade nas transações on-line, também vem se tornando uma boa oportunidade de negócio para as corretoras de seguros. Com a qualificação de AR, a empresa pode comercializar certificados digitais no mercado, agregando um diferencial competitivo ao portfólio de produtos ofertados.

14

Saúde/ANS

A Agência Nacional de Saúde Suplementar (ANS) determinou, em março, a suspensão da comercialização de 35 planos de saúde de sete operadoras por mau atendimento. A suspensão da venda de planos vale pelo menos até junho e penaliza também o corretor, que vê cair a rentabilidade de sua carteira.

16



DIVULGAÇÃO BRADESCO

Entrevista

A QUESTÃO DEMOGRÁFICA ENFRENTADA PELO BRASIL (AUMENTO DA LONGEVIDADE E QUEDA DA TAXA DE FECUNDIDADE) TRAÇA UM CENÁRIO PERFEITO PARA A REFORMA DA PREVIDÊNCIA SOCIAL, AVALIA JORGE NASSER, DIRETOR GERAL DA BRADESCO VIDA E PREVIDÊNCIA E DA BRADESCO CAPITALIZAÇÃO. COM MENOS PESSOAS ENTRANDO NO MERCADO DE TRABALHO E

SEM CONTRIBUIR PARA O INSS, NÃO HÁ COMO GARANTIR A RENDA NA APOSENTADORIA DAS PESSOAS QUE ESTÃO VIVENDO MAIS.

18

Cinquentenário Assurê

Os 50 anos da história da Assurê Corretora de Seguros são comemorados em abril. Presidida desde 2016 pelo filho de Henrique Brandão, Henrique Júnior, 41 anos, a corretora chega a cinco décadas com quase 200 colaboradores e um histórico que se confunde com a evolução do seguro de vida em grupo e de acidentes pessoais no país.

20

É hora de desenhar o futuro, que está logo ali

Diz o ditado popular – e ensina o bom senso – que durante as tempestades é melhor recolher as velas e deixar a ventania passar. Em épocas de dificuldades econômicas como a que o Brasil atravessa, é preciso navegar com prudência, para que os ventos não nos levem para longe do destino a que queremos chegar. Momentos de crise são sinônimos de mais pressão no trabalho, de talentos colocados em xequê e de falta de luz no final do túnel. As possibilidades de crescimento profissional parecem longe do alcance.

A nós, brasileiros, restam hoje duas alternativas: deixar se levar pelo pessimismo e sucumbir ou sacudir a poeira e reagir. Não se trata de adotar uma atitude ingênua, mas de encarar a realidade, fazer o seu melhor e aproveitar para mostrar as habilidades que esses momentos exigem: resiliência, capacidade de improvisar, coragem.

Se você tiver uma atitude profissional positiva neste período de incertezas poderá se destacar e colher frutos quando a crise passar. E há no mercado de seguros pelo menos duas oportunidades de ouro para quem estiver atento e mantiver a crença no futuro.

Uma delas vem na esteira da reforma da Previdência Social – não por acaso, tema da reportagem de capa e da entrevista desta edição. Para os corretores de seguros, as mudanças nas regras da aposentadoria descor-

tinam um leque de possíveis novos negócios, pois ajudará a acelerar a captação líquida de recursos no segmento de previdência complementar ao longo desse ano.

O país está ficando cada dia mais velho e sem condições de sustentar seus idosos na aposentadoria. A reforma é necessária e urgente, virá mais cedo ou mais tarde, e o futuro da previdência privada vai se mostrar promissor para aqueles que, em vez de chorar por causa da crise, se preparar para quando ela passar.

Outro assunto na pauta de prioridades do governo revela-se também promiss-

or para os corretores de seguros: a participação da iniciativa privada no Seguro de Acidentes do Trabalho. Para reduzir as despesas, uma imposição do ajuste fiscal, e aumentar a eficiência dos gastos públicos, o governo tem urgência nesse debate e já conclamou o mercado a apresentar um modelo para a privatização do seguro.

Em outra matéria desta edição, o presidente da CNseg diz que um modelo adequado só deve ser alcançado no segundo semestre. Ou seja, daqui a apenas alguns meses, um bolo de R\$ 15 bilhões de recursos anuais pode estar à mercê do mercado. Para isso, o trabalho de distribuição feito pelos corretores será de vital importância.

É hora, portanto, de arregaçar as mangas e começar a desenhar o futuro que está logo ali, batendo a nossa porta. E para isso não é preciso – e nem recomendável – uma transformação radical. Mantenha seus alicerces para não se desestruturar. Uma simples mudança de atitude sobre como você encara os problemas pode representar uma guinada estratégica. Às vezes, é preciso apenas um ajuste fino na carreira para que você encontre um propósito verdadeiro.



Henrique Brandão

PRESIDENTE



PRA HOLLYWOOD



Imagem meramente ilustrativa.

Clientes, negócios e ação! Agora, quem possui talento tem ainda mais chances de brilhar aqui ou em Hollywood!

- Comissionamento adicional
- Treinamentos
- Viagem internacional
- Eventos Regionais
- Viagem nacional
- Sorteio¹ de 6 carros 0Km

Acesse pracorretor.com.br e participe!

PRA Corretor

Programa de Reconhecimento ao Corretor

SulAmérica

[1] Sorteios da Campanha "PRA SUPER CAMPEÕES 2017" lastreados por Títulos de Capitalização da modalidade incentivo emitidos por Sul América Capitalização S.A. - SULACAP, CNPJ nº 03.558.096/0001-04 Processo SUSEP nº 15414.900402/2015-14. Sugestão de uso do prêmio no valor de R\$ 46.666,67 bruto de IR (25%) conforme legislação em vigor. A aprovação deste título pela SUSEP não implica, por parte da Autarquia, em incentivo ou recomendação à sua aquisição, representando, exclusivamente, sua adequação às normas em vigor. Leia o Regulamento completo. Imagens meramente ilustrativas.

Idosos e jovens: públicos que mobilizam o setor de seguros

POR **FRANCISCO LUIZ NOEL**

Os brasileiros estão vivendo cada vez mais. Graças a fatores como a melhora das condições de vida – desigual entre as classes sociais, mas inconteste no balanço geral –, as pessoas com 60 anos ou mais vão corresponder a quase 30% da população em 2050, totalizando 66,5 milhões – quase três vezes mais do que os atuais 25 milhões de idosos, equivalentes a 12,5%. Diante da previsão feita pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), em sintonia com a alta da longevidade em todo o mundo, os desafios do país vão além da reforma da Previdência Social, ampliando o horizonte do mercado de seguros.

Tema de preocupação da Organização Mundial de Saúde (OMS), que lançou relatório a respeito em 2015, a elevação da expectativa de vida requer iniciativas de governos, empresas e sociedade para tornar as cidades mais amigáveis para os idosos, ajustar suas necessidades ao sistema de saúde e promover medidas para uma velhice digna. No Brasil, reforma previdenciária à parte, o consenso entre especialistas em longevidade é de que as políticas públicas para os mais velhos são incipientes – carência agravada pela desigualdade social,

que torna mais difícil o envelhecimento para as pessoas mais pobres.

No setor de seguros, o aumento da expectativa de vida entre os brasileiros – o terceiro mais rápido no mundo, atrás da China e da Tailândia – mobiliza de forma crescente as companhias. Um dos exemplos é a Bradesco Seguros, que promoveu no ano passado a 11ª edição do fórum anual sobre longevidade.

“O tema está no centro do nosso negócio, tanto pelo compromisso de promover a qualidade no curso da vida quanto nas iniciativas que buscam apoiar uma sociedade mais amigável e favorável a todos”, afirmou no evento, o presidente da empresa, Randal Zanetti. Desde o primeiro fórum, em 2006, a expectativa de vida no país aumentou em três anos – veja, nas páginas 18 e 19, entrevista com o diretor geral da Bradesco Vida e Previdência e da Bradesco Capitalização, Jorge Nasser.

Outra que foca com atenção especial o envelhecimento é a Mongeral Aegon, que criou em 2016 um instituto dedicado ao assunto. “Os jovens começam a perceber que o Estado não será mais o provedor exclusivo da aposentadoria e a entender que precisará trabalhar mais para se aposentar, devendo buscar formas de fazer uma poupança privada”, afirma o diretor executivo do Instituto de Longevidade

“O TEMA ESTÁ NO CENTRO DO NOSSO NEGÓCIO, TANTO PELO COMPROMISSO DE PROMOVER A QUALIDADE NO CURSO DA VIDA QUANTO NAS INICIATIVAS QUE BUSCAM APOIAR UMA SOCIEDADE MAIS AMIGÁVEL E FAVORÁVEL A TODOS.”

RANDAL ZANETTI

Mongeral Aegon, Henrique Noya, que ressalta a importância de os profissionais de corretagem se aprimorarem na área. “É um momento muito bom para os corretores de seguros, porque esse é um mercado que vai crescer nos próximos anos”.

Transformação demográfica – A média da expectativa de vida ao nascer mais do que duplicou no Brasil em menos de um século, evoluindo de 34,5 anos, em 1920, para 75,5 anos, em 2016, de acordo com o IBGE. Em 2060, quando a esperança de vida superar os 82 anos, o número de brasileiros com 60 anos ou mais será de 74,5 milhões. Um dos marcos tem-





■ **Longevidade.** É consenso entre especialistas que as políticas públicas para os mais velhos são incipientes e agravadas pela desigualdade social, que torna mais difícil o envelhecimento para as pessoas pobres

porais dessa transformação demográfica em curso é esperado para 2030, quando, pela primeira vez na história nacional, a quantidade de idosos vai ultrapassar a de crianças até 14 anos, que deverão somar 39,2 milhões (17,6% da população), contra 41,5 milhões (18%) com 60 ou mais.

A inversão da pirâmide etária é consequência não somente da melhora geral da qualidade de vida, mas também da redução da taxa de fecundidade nas últimas décadas. Da média de 4,3 filhos por mulher em 1980, a taxa caiu para 2,4 em 2000 e chegou a 1,57 filho em 2014. Mais acelerada do que em outros países, a queda da fecundidade entre as brasileiras está abaixo do nível de reposição populacional, estimado em 2,1 filhos. Se nada mudar nessa tendência demográfica, a população do Brasil deixará de crescer por volta de 2040 – situação que

colocará ainda mais em evidência o contingente de idosos.

Reflexo do envelhecimento são as alterações na razão de dependência – indicador que mede quantas pessoas economicamente dependentes existem para cada grupo de 100 pessoas potencialmente ativas, de 15 a 59 anos. De 2005 a 2015, calcula o IBGE, a razão de dependência dos idosos subiu de 15,5 para 22,2, ao passo que a das crianças e adolescentes de até 15 anos caiu de 41,7 para 32,5. Os números reafirmam a necessidade de adequação da Previdência Social, da saúde e de outros serviços aos novos tempos, proporcionando dados valiosos ao setor de seguros para a criação de produtos alinhados às mudanças.

Mais conscientização – A longevidade põe em pauta um imperativo duplo

para as seguradoras e operadoras de saúde, assinala o assessor da diretoria geral da Escola Nacional de Seguros (Funenseg), Lauro Vieira de Faria. “De um lado, é preciso ofertar um leque de produtos de previdência e saúde adequados à proteção da renda e da qualidade de vida; de outro, suplementar as falhas inevitáveis que ocorrem nos sistemas estatais de saúde e previdência”, diz. Para os dois segmentos, ele destaca a conveniência de contratação desses produtos ainda na juventude, a fim de baratear o custo e obter mais benefícios na idade avançada.

Sensibilizar as pessoas para a importância de condutas previdentes com vista ao envelhecimento faz parte do papel do setor de seguros, afirma o presidente da Federação Nacional de Previdência Privada e Vida (FenaPrevi), Edson Franco. “O brasileiro ainda não tem a clara consciência da necessidade tanto dos produtos de acumulação, que complementam a renda, quanto dos produtos de risco, que protegem contra a perda de renda”, observa. “Como mercado segurador, temos o desafio de conscientizar as pessoas dessa necessidade e de modernizar cada vez mais a nossa prateleira de produtos.”

O presidente do Sincor-RJ, Henrique Brandão, lamenta que, de acordo com pesquisa recente, apenas cinco mil dos cerca de 100 mil corretores brasileiros trabalhem com produtos do ramo vida.

“Os corretores têm papel relevante a desempenhar no esforço geral de conscientização, fortalecendo ao mesmo tempo a posição da categoria perante a sociedade. Se não acordarmos, vamos ficar fora do mercado. Temos que ocupar esse espaço”, alerta, referindo-se aos seguros de vida, saúde e à previdência aberta.

Demanda em alta – Os números do mercado atestam que a procura por planos de previdência privada vem subindo, em meio à repercussão do debate sobre a perspectiva de mudanças nas regras da Previdência Social, incluída a fixação da idade mínima para a aposentadoria. Cerca de 12,6 milhões de brasileiros têm planos do gênero – 9,5 milhões individuais e 3,1 milhões empresariais, modalidade em queda devido ao desemprego. Embora em alta no cômputo geral, o contingente de pessoas abarcado pela previdência complementar é modesto em relação à população, deixando campo aberto à expansão do segmento.

Em janeiro, de acordo com a FenaPrevi, os aportes na previdência privada mais do que dobraram na comparação com o R\$ 1,7 bilhão registrado no mesmo mês de 2016, atingindo R\$ 4 bilhões. Os destaques no segmento continuam sendo o Plano Gerador de Benefícios Livres (PGBL) e Vida Gerador de Benefícios Livres (VGBL), nos quais o cliente aplica dinheiro enquanto está trabalhando para dispor dos recursos depois da aposentadoria, favorecido por incentivos fiscais e pela possibilidade de utilizar o acumulado para custear despesas com tratamento de saúde e medicamentos.



ARQUIVO CNSEG

**“CADA VEZ MAIS
OS CORRETORES
DE SEGUROS TÊM
QUE BUSCAR O
APERFEIÇOAMENTO DO
SEU PRÓPRIO PLANO DE
CARREIRA. QUANTO MAIS
O PROFISSIONAL FOR
MULTIPRODUTO, MELHOR
SERÁ PARA ELE E
PARA O MERCADO
COMO UM TODO.”**

EDSON FRANCO

À medida que a demanda gerada pelo avanço da longevidade tende a aumentar e que novos produtos vão surgindo no mercado, salienta o presidente da FenaPrevi, redobra a importância da venda consultiva – que tende a valorizar o trabalho do corretor, responsável por explicar com clareza a complexidade dos planos

Mercado jovem e desafiador

Embora o envelhecimento da população diminua o tamanho percentual dos demais grupos etários, a juventude segue com presença marcante. Em 2015, segundo estudo do IBGE publicado no ano passado, os quase 50 milhões de jovens com 15 a 29 anos correspondiam a 23,6% dos brasileiros – 3,8 pontos percentuais a menos do que em 2005. Nessa faixa, 40,9% trabalhavam, 11,6% trabalhavam e estudavam e 24,9% somente estudavam. Outros 14,4% não tinham essas atividades nem procuravam trabalho – a chamada Geração “nem-nem-nem” – e 8,1% também não trabalhavam nem estudavam, mas procuravam emprego.

O aumento da consciência entre os jovens de que devem começar a pensar cedo na renda após a aposentadoria está levando o mercado de previdência complementar a aumentar cada vez mais a participação desse público no setor. “Devido à crise do sistema previdenciário oficial, o jovem deve desde logo poupar para a aposentadoria, pois quanto mais cedo começar a contribuir maior será a renda ao se aposentar”, lembra Lauro Faria, da Funenseg. Vários planos de previdência aberta ofereci-





■ **Geração Y.** Seguradoras e corretores devem saber conscientizá-la dos riscos e da importância dos seguros

dos no país tornaram viável ter uma renda de aposentadoria acima da oferecida pela previdência pública.

O mercado jovem também tem potencial promissor nos segmentos de pessoas, saúde e patrimônio. “O seguro de vida torna-se especialmente interessante para os jovens que estão casados e já têm filhos, pois a responsabilidade de prover proteção à família, em caso de falecimento de um dos cônjuges, aumenta grandemente”, diz Lauro Faria. Ele estende a observação à cobertura de saúde, por meio de seguro ou plano individual ou coletivo de adesão, que possibilita negociação de reajustes com a operadora.

Consumidor exigente – Os jovens motorizados formam público com grande potencial de consumo de seguro de automóvel, mas Lauro Faria assinala que

eles também têm outras necessidades de cobertura. “O seguro de automóvel costuma ser mais caro para os jovens, mas é essencial, pois estão numa fase em que, tipicamente, dirigem muito e com menos prudência. O jovem saudável tem risco de invalidez por acidente bem maior que o de morte. Daí a importância do seguro de acidentes pessoais e do seguro viagem para protegê-lo das consequências de um ferimento ou doença”, afirma.

Jovem ou mais velho, o consumidor individual de seguros está cada vez mais exigente e antenado com as tecnologias de comunicação, diz Henrique Noya, do Instituto de Longevidade Mongeral Aegon. O fenômeno não é restrito aos mais novos, ele chama a atenção, acrescentando que a taxa de penetração da internet entre as pessoas com 60 anos ou mais vem crescendo 25% ao ano, à frente das

demais faixas etárias. “Tudo isso exige que os corretores se atualizem para ganhar competitividade, investindo, por exemplo, em lojas virtuais para chegar aos clientes, cada vez mais sofisticados e informados sobre seguro”, diz Noya.

No caso dos jovens, um campo a desbravar é o da chamada Geração Y, formada, de acordo com pesquisas e estudos sociológicos, por aqueles que seguem morando com os pais mesmo depois de formados, não possuem renda estável nem fidelidade a marcas, usam de modo intensivo a internet e dispositivos móveis e casam-se e têm filhos mais tarde. “As características dos jovens atuais criam grande desafio para seguradoras e corretores de conscientizá-los dos riscos e da importância dos seguros e desenvolver métodos de comercialização mais adequados a seu estilo de vida”, conclui Lauro Faria.



ARQUIVO MONGERAL AEGON

**“OS JOVENS COMEÇAM
A PERCEBER QUE O
ESTADO NÃO SERÁ MAIS
O PROVEDOR EXCLUSIVO
DA APOSENTADORIA E A
ENTENDER QUE PRECISARÁ
TRABALHAR MAIS PARA SE
APOSENTAR, BUSCANDO
FAZER UMA POUPANÇA
PRIVADA.”**

HENRIQUE NOYA

e seguros a cada cliente, recomendando corretamente o que melhor se ajustar a sua necessidade. “Cada vez mais os corretores de seguros têm que buscar o aperfeiçoamento do seu próprio plano de carreira. Quanto mais o profissional for multiproduto, melhor será para ele e para o mercado como um todo.”

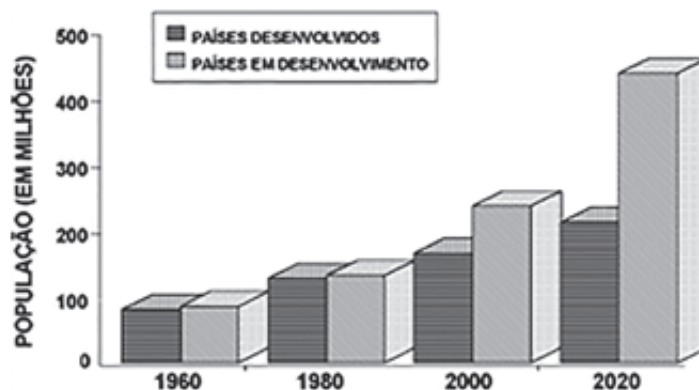
As distinções entre O PGBL e o VGBL, nem sempre claras para os consumi-

dores, ilustram a importância do papel reservado ao corretor na oferta desses planos. Enquanto o VGBL é indicado para quem declara o Imposto de Renda pelo modelo simplificado, já que não é possível abater os depósitos efetuados no plano, o PGBL é apropriado para os contribuintes optantes do modelo completo, que permite dedu-

zir do cálculo do tributo os pagamentos do plano, até 12% da renda bruta. Outra informação importante para a decisão do cliente refere-se à forma como, no futuro, o imposto será descontado no resgate dos recursos.

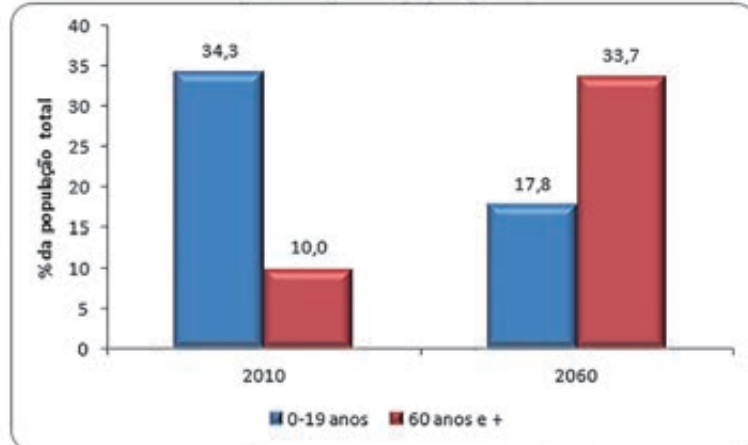
Avanço da longevidade – Outros produtos a caminho do mercado

POPULAÇÃO IDOSA NO MUNDO 1960-2020



Reproduzido de: WHO, WORLD HEALTH STATISTICS ANNUAL, GENEVE, 1987

Jovens e idosos como percentagem da população total, Brasil: 2010 e 2060



Fonte: IBGE, projeções populacionais (revisão 2013)





ARQUIVO P&S

“OS CORRETORES TÊM PAPEL RELEVANTE A DESEMPENHAR NO ESFORÇO GERAL DE CONSCIENTIZAÇÃO, FORTALECENDO AO MESMO TEMPO A POSIÇÃO DA CATEGORIA PERANTE A SOCIEDADE. SE NÃO ACORDARMOS, VAMOS FICAR FORA DO MERCADO.”

HENRIQUE BRANDÃO

também vão ao encontro das demandas de seguridade e previdência alimentadas pelo avanço da longevidade. Um deles é o Vida Universal (Universal Life), sucesso em países como os Estados Unidos, por se diferenciar de produtos tradicionais e combinar características de acumulação de poupança e cobertura de riscos. No Brasil, o produto está em fase de regulamentação

e é aguardado há duas décadas pelo setor. As apólices terão prazo mínimo de cinco anos de vigência, permitindo ao consumidor receber no fim do contrato uma parte dos prêmios pagos, no caso de não ocorrer sinistro.

As regras para a estruturação do Universal Life, autorizadas pelo Conselho Nacional de Seguros Privados (CNSP) em dezembro, dependem de regulamentação da Superintendência de Seguro Privados (Susep). O êxito do produto está condicionado, porém, ao equacionamento de duas questões – os benefícios tributários, para que o Universal Life tenha atratividade no mercado; e a remuneração de corretagem, calculada com base no capital de risco. O Sincor-RJ e outras entidades defendem que essa remuneração seja elevada de 5% para 30% do total, como em outros países.

O diretor executivo do Instituto de Longevidade Mongeral Aegon, Henrique Noya, assinala que produtos como o Universal Life estão associados à ideia de vida mais longa, que deve ser trabalhada entre os clientes. “São produtos que passam muito pela expectativa de vida, tanto para os mais jovens quanto para os mais velhos. O jovem geralmente tem menos dinheiro, mas mais vida pela frente. E as pessoas com idade mais avançada começam a perceber que, além de contar com mais dinheiro, vão viver mais do que esperavam. É importante explorar esse ângulo do viver mais na oferta do seguro.”

Outra aposta do setor é o Previdência e Saúde (PrevSaúde), em exame no Congresso Nacional, que possibilita a acumulação de recursos para a complementação da aposentadoria ou o pagamento de plano ou seguro de saúde suplementar, sem incidência de



ARQUIVO FUNENSEG

“DE UM LADO, É PRECISO OFERTAR PRODUTOS DE PREVIDÊNCIA E SAÚDE ADEQUADOS À PROTEÇÃO DA RENDA E DA QUALIDADE DE VIDA; DE OUTRO, SUPLEMENTAR AS FALHAS QUE OCORREM NOS SISTEMAS ESTATAIS DE SAÚDE E PREVIDÊNCIA.”

LAURO FARIA

Imposto de Renda. Governo e seguradoras estudam também o lançamento de planos de anuidades (annuities), que unem seguro de renda e vida, e a regulamentação da figura do proponente qualificado, a fim de que clientes conhecedores do mercado financeiro possam investir em aplicações de maior risco e maior rentabilidade os valores acumulados.

Governo e mercado debatem a privatização do SAT

POR **VANIA MEZZONATO**

O debate em torno da participação da iniciativa privada no Seguro de Acidentes do Trabalho (SAT) tem se intensificado nos últimos meses e vem mobilizando dois ministérios simultaneamente, ainda que por motivos diferentes. O Ministério do Planejamento e Orçamento quer reduzir despesas do governo, com vistas ao ajuste fiscal, e aumentar a eficiência dos gastos públicos. O Ministério da Fazenda, por seu lado, quer aumentar a eficiência na alocação de recursos.

Em janeiro último, o ministro do Planejamento, Dyogo de Oliveira – acompanhado do secretário executivo, Esteves Colnago, e de assessores – esteve em reunião na sede da CNseg, para debater as premissas de uma proposta apresentada pela Confederação, em atendimento a uma solicitação do próprio Ministério.

O presidente da CNseg, Marcio Coriolano, diz que o mercado estuda alternativas também junto à Susep e ao Ministério da Fazenda, para avançar em torno de um modelo de privatização do seguro. A discussão sobre este tema está na fila de prioridades do governo, que já votou a PEC do teto dos gastos públicos e a terceirização e agora debate as reformas da previdência e trabalhista.



ARQUIVO CNSEG

so “destravar uma série de nós” para que seja possível chegar a um modelo adequado, o que deve acontecer somente no segundo semestre.

Coriolano lembra que a questão da reforma do SAT não é assunto novo – vem sendo discutida desde 1998 – e que pode ser viabilizada de forma concorrente: governo e iniciativa privada ofereceriam o produto de forma competitiva ou dividiriam o bolo. “Do jeito que está parece não ser a melhor solução do ponto de vista da eficiência. Há dúvidas se o governo é de fato o ente mais indicado para gerir um seguro deste porte”, avalia.

Segundo dados divulgados pelo Ministério da Assistência Social, relativos a 2014, a receita anual do SAT é da ordem de R\$ 15 bilhões. Os benefícios concedidos são de R\$ 850 mil mensais, em média, ou R\$ 10,2 bilhões por ano. O mercado de seguros como um todo movimentou R\$ 430 bilhões no ano passado.

Papel do corretor – O presidente da CNseg chama a atenção para o papel que deverá ser desempenhado pelo corretor de seguros quando ocorrer a privatização do SAT. “No eventual compartilhamento deste seguro com a iniciativa privada, o trabalho de distribuição será fundamental. O corretor deve ter conhecimento profundo do produto que vai oferecer”, ressaltou.

**“NO EVENTUAL
COMPARTILHAMENTO
DESTE SEGURO COM
A INICIATIVA PRIVADA,
O TRABALHO DE
DISTRIBUIÇÃO SERÁ
FUNDAMENTAL. O
CORRETOR DEVE TER
CONHECIMENTO
PROFUNDO DO PRODUTO
QUE VAI OFERECER.”**

MARCIO CORIOLANO

“O assunto vai voltar à baila, mas o ambiente ainda é preliminar. Não há uma proposta mais aprofundada por enquanto e isso é uma tarefa do governo”, informa. Segundo ele, é preci-



Brasil é um dos campeões mundiais neste quesito

O Brasil é um dos países que mais registram acidentes de trabalho no mundo, com 700 mil casos por ano, em média, o que representa despesas avaliadas em R\$ 70 bilhões, segundo o Ministério da Previdência Social. O país amarga ainda o quarto lugar em número de acidentes de trabalho com mortes. As vítimas de acidentes de trabalho são predominantemente do sexo masculino (70% dos casos), na faixa etária de 25 a 29 anos de idade. No ano passado, os acidentes vitimaram fatalmente 2.717 trabalhadores, também segundo o Ministério.

O acidente típico de trabalho — que ocorre na execução do serviço — é o mais comum, respondendo por 77% do total de casos. Mas o tipo que mais cresceu em

uma década foram os acidentes durante o deslocamento casa-trabalho-casa, que dobraram entre 2004 e 2014, passando de 49 mil para 111 mil. O número de afastamentos por esse motivo amentou de 22 mil para 47 mil em 2014. Para o Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos (Dieese), o aumento é reflexo do descompasso entre a formalização do mercado de trabalho e a qualidade do transporte público.

O setor de Serviços, que responde por mais de 72% das contratações formais no país, é o que mais registra acidentes de trabalho, posto que até 2009 pertencia à Indústria. Os membros superiores são a parte do corpo mais afetada nos acidentes de trabalho. Lesões em mão e punho, por exemplo, estão presentes em 35% dos casos. Ferimentos nos membros inferiores aparecem em 15% dos registros.



BANCO DE IMAGENS GOOGLE

■ **Segurança.** As vítimas dos acidentes são predominantemente do sexo masculino, na faixa etária de 25 a 29 anos de idade

Questionado se o excesso de judicialização de questões relativas ao trabalho — que aumentou muito em função do desemprego que atinge milhões de brasileiros — preocupa o mercado, Coriolano disse que as informações correntes dão conta de que o Executivo não regulamenta o SAT de forma a não deixar dúvidas e que resta à Justiça fazer este trabalho. “Governo e Susep

terão que regulamentar muito bem o seguro, antes que venha para o mercado privado”, concluiu.

A comissão especialmente formada pela CNseg para debater o assunto é coordenada pelo vice-presidente executivo da Confederação, Luiz Tavares; o ex-vice-presidente da SulAmérica, Oswaldo Mário Pêgo de Amorim Azevedo; o presidente

do IRB-Re, Tarcísio Godoy, e o Assessor da presidência do IRB-Re, Antonio Paulo Vogel de Medeiros. A diretora de Relações Institucionais da CNseg, Míriam Mara Miranda, também acompanhou a reunião com o Ministério do Planejamento. A comissão especial de CNseg conta, ainda, com a colaboração do consultor Ricardo Bechara e do assessor Armando Grasso.

Nova oportunidade de negócio para corretores

POR **BIANCA ROCHA**

Documento indispensável para garantir a segurança e a agilidade nas transações on-line, a certificação digital também vem se tornando uma boa oportunidade de negócio para os corretores de seguros. Desde 2015, o Sincor-RJ, por meio da Autoridade Certificadora (AC) Sincor Rio, capacita empresas do ramo para atuarem como Autoridades de Registro (ARs), que ficam legalmente credenciadas a operacionalizar a entrega e a validação de certificados digitais a seus titulares e a oferecer suporte técnico aos clientes.

Uma Autoridade de Registro (AR) é responsável pela interface entre o detentor de certificação digital e a Autoridade Certificadora, que autoriza junto ao Instituto Nacional de Tecnologia da Informação (ITI) a emissão desses documentos virtuais. As ARs precisam estar obrigatoriamente vinculadas a uma Autoridade Certificadora (as ARs das corretoras de seguros do estado do Rio estão vinculadas à AC Sincor Rio) e têm por objetivo o recebimento, validação, encaminhamento de solicitações de emissão ou revogação de certificados digitais e identificação (de forma presencial) de seus solicitantes.

Para se tornar uma AR, as corretoras de seguros precisam cumprir algu-

mas exigências do ITI. Uma delas é a reserva de uma sala na empresa exclusivamente dedicada à comercialização de certificação digital, um funcionário responsável por essa atividade e um computador dotado de, no mínimo, um processador Pentium 4 ou equivalente, 3 GB ou mais de memória RAM, um sistema operacional e um programa antivírus oficial (cópias piratas ou freeware estão vetados), scanners e impressora, entre outros equipamentos. A corretora apta para atuar como uma AR pode abrir pontos de atendimento ao cliente em outros espaços, além da empresa, que tenham essas características estruturais.

Diferencial competitivo – O vice presidente licenciado do Sincor-RJ, Ricardo Garrido, ressalta que, com a qualificação de AR, a corretora pode comercializar certificados digitais no mercado, agregando um diferencial competitivo ao portfólio de produtos ofertados. “Além de garantir o aumento da renda com a venda do serviço de certificação digital, os corretores têm a chance de angariar novos clientes para o setor de seguros”, acrescenta.

Ele explica que a oferta do serviço de emissão de certificados digitais pode ser uma ótima estratégia de manutenção da carteira de antigos clientes e da captação de novos, além de ampliar a rede de re-

“ALÉM DE GARANTIR O AUMENTO DA RENDA COM A VENDA DO SERVIÇO DE CERTIFICAÇÃO DIGITAL, OS CORRETORES TÊM A CHANCE DE ANGARIAR NOVOS CLIENTES PARA O SETOR DE SEGUROS.”

RICARDO GARRIDO

lacionamento do corretor. Para adquirir uma certificação digital, são obrigatórios a apresentação de documentos e o comparecimento a um ponto de atendimento que emite o documento.

“A obrigatoriedade presencial nesse processo acaba aproximando os corretores de potenciais clientes interessados na compra de seguros. Com o avanço da tecnologia, a comercialização de seguros ficou cada vez mais restrita ao mundo virtual. Hoje, dificilmente o corretor encontra pessoalmente o seu cliente. A emissão de certificados digitais é uma possibilidade de o profissional estreitar seu relacionamento com os consumidores”, destaca Garrido.

Atualmente, 12 corretoras de seguros do estado do Rio atuam como Auto-



ridade de Registro e sete estão em processo de credenciamento na AC Sincor Rio, com previsão de início das atividades ainda este ano. Ao todo são 33 pontos de atendimento no estado. De acordo com o gerente Comercial da AC Sincor Rio, Leonardo Ventura, nos últimos dois anos, a entidade tem feito um trabalho intenso de divulgação para incentivar os corretores a ingressarem nessa atividade. Desde junho de 2015, a AC Sincor Rio já emitiu mais de 13 mil certificados digitais.

O processo de treinamento para a empresa se tornar uma AR leva de dois a seis meses e o custo gira em torno de R\$ 17

“O CORRETOR INTERESSADO EM SE CREDENCIAR DEVE ENTRAR EM CONTATO COM A AC SINCOR RIO PARA FALAR COM UM ESPECIALISTA SOBRE CUSTOS, PRAZOS E OS DOCUMENTOS NECESSÁRIOS.”

LEONARDO VENTURA

mil, incluindo os gastos com auditoria e a adequação do ambiente da empresa para iniciar a atividade de emissão de certificados digitais. Há possibilidade de parcelamento desse valor, segundo Leonardo.

Como se credenciar – As corretoras de seguros que desejam atuar como ARs podem entrar em contato por e-mail (leonardoventura@acsincorrio.com.br) ou pelo telefone do sindicato (21) 3505-5900. “O corretor interessado em se credenciar deve entrar em contato com a AC Sincor Rio para marcar um encontro com um de nossos especialistas. A ideia é falar sobre custos, prazos e os documentos necessários para iniciar esse processo”, diz Leonardo Ventura.

A certificação digital funciona como uma assinatura eletrônica. É uma identidade digital que permite assinar qualquer documento eletrônico, com a mesma validade jurídica dos equivalentes em papel. Por meio do certificado digital, as empresas podem assinar contratos digitais, fazer parcelamento eletrônico on-line de débitos, obter cópias de declarações do Imposto de Renda, acessar serviços cartoriais eletrônicos, emitir certidões, acompanhar processos legais, elaborar procurações eletrônicas, resolver pendências com a receita federal, assinar propostas de seguros, entre outros.

Em síntese, a certificação digital reduz cus-

“O PROCEDIMENTO DA CERTIFICAÇÃO DIGITAL SIGNIFICA A DESBUROCRATIZAÇÃO E A AGILIDADE DE PROCESSOS E AINDA GARANTE A SEGURANÇA E O SIGILO NA COMUNICAÇÃO VIA INTERNET.”

JULIO COSENTINO

tos operacionais, como o uso de papéis, reconhecimento de firma, tinta de impressora, serviços de motoboy etc., conforme explica Julio Cosentino, vice-presidente da Certisign, empresa parceira da AC Sincor Rio na emissão de certificados digitais. “O procedimento da certificação digital significa a desburocratização e a agilidade de processos e ainda garante a segurança e o sigilo na comunicação via internet”, conclui.

Números da AC Sincor Rio

- Início da atividade em junho de 2015;
- No estado, 12 corretoras de seguros atuam como ARs;
- São 33 pontos de atendimento para a emissão de certificados digitais;
- Há sete corretoras em processo de credenciamento;
- De junho de 2015 a fevereiro deste ano, foram emitidos 13.362 certificados digitais.



Suspensão da venda de planos penaliza também o corretor

POR **MARIA LUISA BARROS**

A queda na renda do brasileiro nos últimos anos, em virtude da pior crise da história recente do país, levou milhares de consumidores a suspender os planos de saúde e a migrar para operadoras de menor porte que oferecem apólices mais baratas. O problema é que esses planos mais econômicos, em sua grande maioria, vêm acompanhados de redes de abrangência regional e com um número reduzido de profissionais e unidades de saúde.

O resultado tem sido uma enxurrada de negativas e queixas nos órgãos de defesa do consumidor e na Agência Nacional de Saúde Suplementar (ANS). Como punição pelo mau atendimento, a agência reguladora do setor determinou, em março, a suspensão da comercialização de 35 planos de saúde de sete operadoras. Ao todo, são monitorados 1.170 planos de 158 empresas de saúde no país.

Pelo menos até junho, as operadoras Saúde Sim, Unimed-Rio, Associação Auxiliadora das Classes Laboriosas, Operadora de Planos de Saúde Serra Imperial, Ecolife Serviços Médicos, Associação Santa Casa de Saúde de Sorocaba e Federação das Sociedades Cooperativas de Trabalho Médico do Acre, Amapá, Amazonas, Pará, Rondônia e Roraima não poderão

“A SUSPENSÃO DA VENDA DE PLANOS IMPACTA NÃO SÓ A VIDA DOS SEGURADOS, MAS TAMBÉM A RENTABILIDADE DOS CORRETORES. ALÉM DE NÃO VENDER NOVAS APÓLICES, ELES SÃO SOBRECARGADOS PELAS DEMANDAS DOS ATUAIS CLIENTES..”

NILO ROCHA

aceitar novos segurados. E como fica a situação de todos aqueles que já são clientes dessas operadoras? Para tentar tranquilizar o setor, a ANS garantiu que a medida não afetará os atuais segurados. Mas, na verdade, não é tão simples assim.

Clientes penalizados — Na avaliação do diretor Social do Sincor-RJ, Nilo Rocha, os 230 mil beneficiários da modalidade, cuja venda foi impedida, já estão sendo penalizados em função de reclamações relativas à cobertura assistencial, como negativas e demora no atendimento, entre outubro e dezembro do ano passado.

“Infelizmente, todos os beneficiários desses planos suspensos terão que

se sujeitar à equalização dos atendimentos, porque caso decidam migrar para outras operadoras serão prejudicados, já que terão que cumprir tempo de carência”, explica Nilo Rocha, lembrando que foram esses mesmos clientes que registraram queixas na ANS por dificuldades na marcação de consultas, exames e cirurgias.

Para aqueles que preferem ter planos individuais, a dificuldade é encontrar empresas que aceitem esse tipo de cobertura. Hoje o mercado é bem restrito e poucas empresas, como Unimed e Assim, ainda operam esta modalidade. “Se a pessoa jurídica tiver menos de 30 vidas para segurar, terá que aguardar dois anos pelo cumprimento da carência para doenças congênitas e preexistentes e, em algumas operadoras, dez meses para partos. Não existe portabilidade total para esses casos”, informa Nilo.

Ainda segundo ele, dependendo da faixa etária do segurado no momento da migração, as operadoras têm restrição a pessoas com mais de 65 anos e solicitam um número de vidas maior para aceitação. Os segurados com mais de 70 anos praticamente não são aceitos em grupos menores.

A ideia é que as empresas trabalhem para corrigir as falhas apresentadas. A diretora de Normas e Habilitação dos





Produtos da ANS, Karla Santa Cruz Coelho, esclarece que o monitoramento é um dos instrumentos para garantir o correto atendimento aos beneficiários dentro dos prazos estabelecidos pela Agência.

“A medida tem se mostrado eficaz especialmente quando a ANS evita, por meio da suspensão, o ingresso de novos consumidores em planos que não estão atendendo seus clientes de forma satisfatória. Agindo preventivamente, alertamos as operadoras para a urgência na adoção de medidas para a melhoria da assistência prestada”, afirma.

Reincidência das empresas – Apesar das reiteradas penalidades da agência reguladora, o que se vê na prática é a reincidência das mesmas operadoras no rol de reclamações do programa de monitoramento feito a cada três meses pela Agência. Das sete empresas punidas neste trimestre, três já estavam com planos suspensos. Se ficar comprovada a correção dos problemas, a empresa poderá voltar a comercializar os planos.

“A suspensão da venda de planos impacta diretamente não só a vida dos segurados, mas também a carteira e a rentabilidade dos corretores. Além de não conseguir vender novas apólices, eles são sobrecarregados pelas demandas dos atuais clien-

tes para tentar resolver as negativas das operadoras”, constata Nilo Rocha, informando que existe um mercado de troca, voltado para migração de planos.

O dirigente chama a atenção para o fato de que muitas operadoras excluem os corretores da comercialização de planos mais caros para pessoas acima dos 60 anos e exigem que as vendas sejam feitas por via administrativa na própria empresa, para não ter que remunerar o profissional. Segundo ele, hoje existe um mercado de troca, voltado para migração de planos.

“Não tem mágica. Quando o consumidor faz a portabilidade de um plano melhor para outro inferior, ele seguramente terá as perdas que ocorrem pela redução do padrão de cobertura, na rede hospitalar (nacional para regional) e de médicos credenciados. O corretor também sai perdendo”, esclarece Nilo.

A Unimed-Rio informa que a suspensão de produtos não traz qualquer impacto

■ **Suspensão.** A agência reguladora do setor proibiu, em março, a comercialização de 35 planos de saúde de sete operadoras de saúde pelo mau atendimento

“A MEDIDA TEM SE MOSTRADO EFICAZ ESPECIALMENTE QUANDO A ANS EVITA, POR MEIO DA SUSPENSÃO, O INGRESSO DE NOVOS CONSUMIDORES EM PLANOS QUE NÃO ESTÃO ATENDENDO SEUS CLIENTES DE FORMA SATISFATÓRIA..”

KARLA SANTA CRUZ

no atendimento aos clientes, que permanece normalizado. Este ciclo se refere ao trimestre de outubro a dezembro de 2016 e, segundo a empresa, não reflete o momento atual da cooperativa, que superou todas as metas de redução de reclamação de clientes. A empresa enfatiza que apesar dos 18 produtos suspensos, 13 foram liberados para comercialização.



Brasil vive a “tempestade perfeita” para fazer a reforma da Previdência

POR **VANIA MEZZONATO**

A questão demográfica enfrentada pelo Brasil traça um cenário perfeito para a reforma da Previdência Social: aumento da longevidade e queda da taxa de fecundidade. Ou seja, menos pessoas entrando no mercado de trabalho e sem contribuir para o INSS, em contrapartida ao aumento do número de pessoas que vivem mais e ficam mais tempo dependendo da renda da aposentadoria.

Para o diretor geral da Bradesco Vida e Previdência e da Bradesco Capitalização, Jorge Nasser, é a ‘tempestade perfeita’ para a reforma da Previdência que está em curso no país. Nesta entrevista exclusiva à revista Previdência & Seguros, Nasser fala sobre as expectativas do mercado privado com as mudanças e comenta uma pesquisa da FenaPrevi que mostra um ‘olhar tardio’ da população sobre a necessidade de investir numa poupança de longo prazo.

Nasser ainda ressaltou a importância dos corretores de seguros como parceiros da companhia e na mudança da cultura previdenciária, que para ele é o X da questão. “A discussão que acontece hoje é uma oportunidade para aumentar a cultura previdenciária no país e estamos muito otimistas neste sentido”, afirma. Veja a seguir os principais trechos da entrevista.

O que o Bradesco espera da reforma da Previdência Social e que impactos as mudanças podem trazer para a carteira de previdência complementar da seguradora?

É a reforma mais importante a ser feita no país e não é um privilégio apenas do Brasil. Nossa expectativa é que se coloque essa discussão na pauta de prioridades, porque, sem dúvida e sem juízo de valor do que está sendo proposto, a reforma vai trazer oportunidades para o desenvolvimento do país. Esse é o nosso olhar.

Um estudo feito pela FenaPrevi aponta que mais da metade da população brasileira (54%) já ouviu falar na reforma da Previdência. O impacto no mercado privado seria também tão expressivo?

Essa questão merece um olhar atento e prudente. Sempre que se discutiu a necessidade de reformar a Previdência Social houve um movimento normal no mercado de procura por informações, porque a previdência privada é a opção mais indicada para complementar o benefício social. A discussão desperta a curiosidade das pessoas e a necessidade delas de ter mais informações e aumenta o potencial para se colocar novos produtos no mercado. Mas, obviamente, ainda há a questão da cultura previdenciária. Um problema crônico no nosso país é a desinformação das pessoas — tanto sobre a Previdência Social, que necessita de mudanças devido à ques-

tão demográfica, quando ao desconhecimento da previdência privada complementar. A discussão que acontece hoje é uma oportunidade para aumentar a cultura previdenciária no país e estamos muito otimistas neste sentido.

Que outras constatações foram observadas na pesquisa da FenaPrevi?

A pesquisa mostrou um olhar que, muitas vezes, chega de forma tardia na vida das pessoas. Quando perguntados se pudessem voltar atrás no tempo o que fariam, 38% dos 1,5 mil entrevistados disseram que teriam começado a economizar mais cedo, 47% teriam gasto menos, 25% teriam priorizado a aposentadoria. Sem dúvida, cada vez mais vamos nos deparar com a conscientização da necessidade de complementar renda para o futuro, em virtude da expectativa de vida que aumenta e traz mais longevidade para as pessoas.

Se o problema do desconhecimento atinge também a previdência privada, por que o mercado não faz o ‘dever de casa’ de informar à população sobre seus produtos?

Não diria que é um ‘dever de casa’, porque é uma questão cultural. Se olharmos a evolução da economia brasileira desde 1994 — depois do Plano Real — veremos que os brasileiros mudaram de foco e passaram a olhar o longo prazo de forma mais palpável. Na época da inflação elevada, havia necessidade de aplicar no overnight para não perder di-





DIVULGAÇÃO BRADESCO SEGUROS

cenário que é a tempestade perfeita para a necessidade da reforma. Em 1940, nasciam 6,16 filhos por mulher; em 2014, era 1,57 filho por mulher – essa taxa era prevista para 2030. Há menos pessoas nascendo e entrando no mercado de trabalho, em contrapartida às pessoas vivendo mais e ficando mais tempo dependentes de uma renda no futuro. Não há mais como financiar os aposentados. O desemprego de 13,2 milhões de brasileiros, que não contribuem para a previdência, agrava a situação. É preciso mexer na idade da aposentadoria, como tantos países já o fizeram.

Como o corretor pode ajudar na mudança de cultura do brasileiro em relação à previdência privada?

Sempre tivemos o corretor como um aliado para difundir nossos produtos, além das fronteiras das agências. Ele é um parceiro de primeira hora. Mudamos recentemente a comercialização do VGBL e PGBL. Os produtos de riscos das seguradoras continuavam sendo comercializados pelos corretores parceiros, que têm um papel fundamental na divulgação desses produtos, e para mostrar ao cliente como garantir a salvaguarda do futuro das famílias.

Qual o impacto que os debates do Fórum da Longevidade, por exemplo, têm no desenvolvimento de produtos da seguradora?

Os produtos de vida e previdência da Bradesco têm algumas alavancas. A primeira seria a de investir no conhecimento da longevidade. A segunda é o estudo dos fatores demográficos. A terceira, o ambiente das discussões em torno da reforma da previdência – sempre estivemos próximos dos que decidem para colocar em bom termo as propostas de reformas. E a quarta alavanca é a proximidade com os clientes, através destas questões. A longevidade está no

DNA da Bradesco desde 2006, quando foi realizado o primeiro fórum. Depois vieram: Prêmio da Longevidade, Circuito da Longevidade e Porteiro Amigo do Idoso, que já treinou 2,6 mil profissionais. Isso reforça nosso potencial de levar esta mensagem de cuidado com o idoso, incentivando a alimentação saudável, a prática de exercícios físicos e o potencial do círculo de amizade.

Há também a questão financeira, que atinge grande parcela da população. Como ter um plano de saúde ou uma previdência privada sem recursos para pagar por isso?

O financeiro é tudo que falamos até aqui. É preciso guardar um pouco sempre para ter uma vida melhor no futuro. Investimos na população de baixa renda para gerar a poupança de longo prazo e temos uma linha de produtos voltada para esta classe social. A partir de R\$ 50 por mês é possível fazer uma poupança de longo prazo. Na medida que a pessoa tem ascensão profissional, ela aumenta a contribuição e poderá ter lá na frente uma melhor qualidade de vida, em função do planejamento financeiro. A educação financeira é a mola-propulsora de qualquer país. Não tem outra saída, não existe milagre.

O Universal Life - produto que combina plano de acumulação com o seguro de vida tradicional – está para ser regulamentado. Qual o modelo ideal para o produto?

É preciso constituir um modelo que consiga remunerar o corretor, porque o tíquete muito baixo inviabiliza a comercialização por esses profissionais. O tripé: atendimento ao cliente, remuneração dos corretores e rentabilidade da companhia carece de análise para que o produto seja lançado. Mas estamos confiantes. O que precisa agora é ajustar a sintonia fina.

nheiro. Essa questão cultural vem evoluindo passo a passo. É preciso aproveitar este momento de discussão da reforma para aumentar o conhecimento das pessoas sobre a cultura da previdência, seja privada ou social, que não é de responsabilidade de um ente só do sistema, e sim de um conjunto de fatores que impactaram o olhar de investimento no médio e longo prazos, que os brasileiros passaram a ter de duas décadas para cá.

Qual o peso da transição demográfica que o país vive na urgência da reforma da Previdência?

A reforma ganha mais importância. A expectativa de vida no país chegou aos 76 anos em 2014. Na década de 40 era de apenas 41 anos. Na projeção do IBGE, as pessoas com mais de 60 anos serão 65 milhões em 2050, quase 30% da população. Isso é mais grave no Brasil do que foi nos países mais desenvolvidos, onde a transição foi mais lenta e houve tempo para fazer uma série de ajustes. Na outra ponta, a queda da taxa de fecundidade traça um



Assurê: 50 anos distribuindo seguros

POR **FRANCISCO LUIZ NOEL**

Rio de Janeiro, 1967. O mercado de seguros começava a ser regulado pela Superintendência de Seguros Privados (Susep), criada no ano anterior, quando o gaúcho Arthur Oscar Bina montou, numa sala alugada na Rua México, no Centro, a Assurê Administração e Corretagem de Seguros. Quatro anos depois, com a saúde debilitada e sem filhos, Bina deu a empresa ao vizinho Henrique Brandão, jovem agenciador de seguros de vida em grupo, que daria nova dimensão ao negócio e faria da corretora uma das mais respeitadas do país.

Os 50 anos dessa história são comemorados pela Assurê em abril. Presidida desde 2016 pelo filho de Brandão, Henrique Júnior, 41 anos, a corretora chega ao cinquentenário com quase 200 colaboradores e um histórico que se confunde com a evolução do seguro coletivo de vida e acidentes pessoais no país. “Meu grande desafio é dar continuidade à empresa nos próximos 50 anos, e fazer o Grupo Assurê crescer e inovar com investimento em tecnologia, tratando os clientes com o carinho e a atenção que o mantêm como referência no mercado”, afirma Júnior.

Quando criou a Assurê, em 12 de abril de 1967, Arthur Oscar Bina

completava três anos no Rio de Janeiro, para onde havia se transferido na condição de inspetor da SulAmérica Companhia de Seguros. Nascido em Bagé, no Pampa riograndense, ele havia começado a vender seguro na juventude, oferecendo cobertura de vida, montado num cavalo, em pequenas localidades da região. Graças à boa produção, Bina ganhara da seguradora a chance de atuar na matriz.

“MEU GRANDE DESAFIO É DAR CONTINUIDADE À EMPRESA NOS PRÓXIMOS 50 ANOS, E FAZER O GRUPO ASSURÊ CRESCER E INOVAR COM INVESTIMENTO EM TECNOLOGIA E ATENÇÃO AO CLIENTE.”

HENRIQUE JÚNIOR

Ao trocar a SulAmérica pelo negócio próprio, o corretor gaúcho concentrou-se nos ramos de incêndio e condomínios, montando uma carteira com 20 segurados. Foi assim, em 1971, funcionando numa sala locada na Rua México, 70, que a corretora chegou às mãos de Henrique Brandão, agenciador de seguros de vida em grupo do

corretor Sandoval Alecrim, um dos mais prestigiados da época.

Presente do Bina – Cearense de Fortaleza, Henrique Brandão estava desde 1963 no Rio, onde, órfão de pai militar, desembarcou com a mãe e os cinco irmãos. A família foi morar em Copacabana, na Zona Sul, auxiliada por parentes, e fixou-se na Rua Francisco Sá, 95, no mesmo prédio de Arthur Oscar Bina. O corretor afeiçoou-se ao rapaz porque ouvia-o falar de seguros com empolgação. “Um dia, ele me chamou: ‘meu filho, vou lhe dar a corretora. A Assurê nasceu para ser grande. Tenho certeza de que com você ela será’”, conta Brandão.

Como Henrique Brandão continuava agenciando seguro de vida em grupo, a sala da Rua México foi entregue ao proprietário e a Assurê ficou sediada num escritório de advocacia no Centro, para ganhar vida nova somente dois anos depois. Após formar-se como corretor na Escola Nacional de Seguros (Funenseg) e casar-se, em 1973, Brandão desligou-se de Alecrim e lançou-se à organização da empresa, numa sala alugada na Rua Debret, 79, nono andar, iniciando a trajetória que tornaria a corretora uma das mais importantes nos ramos vida e automóvel.

Brandão deu amplitude às atividades da Assurê, criando e desenvolvendo um estilo de corretagem arrojado pe-





■ **O atual CEO da Assurê, Henrique Brandão Júnior, em primeiro plano, com os irmãos-diretores Érika e Leandro (à direita) e os executivos Pedro Thimóteo, Ricardo Garrido e Jaqueline Rodrigues.**

rante a concorrência e focado no seguro de vida em grupo e de acidentes pessoais. Em 1975, tendo a seu lado o irmão Márcio Brandão, que deixara a carreira bancária para apostar na consolidação da corretora, ele fechou o primeiro grande contrato da Assurê, com a Associação dos Profissionais do Metrô (Aprom). O valor do seguro era consignado no salário dos metroviários.

A Assurê ganhou impulso com Brandão dedicando-se ao seguro de vida e Márcio, à assistência médica. Aos poucos, a corretora ganhou outros colaboradores – entre eles, Ricardo Tavares, egresso da Bamerindus Seguradora. Pela importância de seu trabalho para a organização técnico-operacional, administrativa e fi-

nanceira da corretora, ele é apontado por Brandão como uma das pessoas mais importantes na história da empresa.

Outros contratos de peso firmados na época levaram a cobertura coletiva do seguro a organizações como a Maquesonda, do setor de óleo e gás, Alfredo Buchein, Sapasso e Tape Car Gravações. A Assurê passou a ocupar mais duas salas na Rua Debret, embalada pelo crescimento de sua carteira. Em 1977, Brandão conquistou sua conta mais importante desde que assumira a corretora, ao vencer concorrência pública da Associação dos Empregados da Eletronorte de Brasília (Aseel), desbancando a poderosa Atlântica Boavista.

A conquista rendeu à Assurê o reconhecimento do setor e abriu caminho a contratos maiores, como o do Banco Central, descortinando novos horizontes. Nos anos 1980, o leque de produtos foi ampliado no segmento de pessoas e estendido aos ramos elementares. A empresa abriu a primeira filial, em Brasília, no ano de 1983, quando também adquiriu o 11º andar do número 17 da Rua do Carmo para a matriz e aumentou seu quadro de pessoal com a contratação de profissionais experientes no mercado.

Marca da evolução – O foco na satisfação dos clientes tornou-se marca



GRUPO ASSURÊ

Corretagem de Seguros

da evolução da Assurê, aponta o vice-presidente de seguro de pessoas, Pedro Paulo Thimoteo, que ingressou na empresa como office-boy, em 1985, quando a corretora contava com 25 empregados no Rio, Brasília, São Paulo e Espírito Santo. “Nosso grande diferencial sempre foi a busca da excelência no atendimento e a prestação de serviços de qualidade, em vez de sermos meros intermediários. Quando entrei aqui, aprendi que o respeito ao cliente deve ser fortalecido todo dia e distribuído internamente”, diz Thimoteo.

O crescimento impôs novo modelo de organização gerencial à Assurê, com a criação de diretorias e a formação de grupos por áreas e investimentos em recursos humanos e tecnológicos. A corretora chegou ao fim da década de 1980 detendo contas de seguros coletivos em empresas como Comlurb, Banco Central, Bando Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) e Andrade Gutierrez. Além de adquirir um andar inteiro na Rua Debret, 79, a Assurê abriu filial em Florianópolis, para atender a Eletrosul.

A expansão da corretora avançou nos anos 1990, tendo como marco o contrato com a Companhia Docas do Rio de Janeiro, que abrangia portos (como o de Sepetiba) e embarcações. A Assurê comprou mais um andar na Debret e fi-

cou espalhada em quatro locais – as salas do nono andar do número 79 da rua, os dois outros pavimentos no mesmo prédio e a instalação da Rua do Carmo, onde foi concentrado o seguro de automóveis – a carteira foi alavancada pela conquista de mais de dois mil contratos entre os segurados da apólice coletiva de vida de Furnas Centrais Elétricas.

Parcerias importantes – Em 1997, mirando a chegada do novo milênio, a Assurê fez uma reestruturação profunda de sua gestão, que abarcou a informatização de todas as áreas, a dinamização do departamento financeiro e a padronização dos procedimentos internos. Em paralelo a esse processo, a empresa fechou parcerias importantes, com destaque para o Bradesco. A corretora passou a operar com acesso interligado ao sistema de dados da Bradesco Seguros e uso da logomarca da Assurê nas apólices.

Outra conquista foi a negociação, em 1999, de uma das maiores apólices de seguro do mundo, para os 186 mil funcionários públicos do Estado da Bahia. Em 2000, materializando o sonho corporativo da integração opera-

cional, a Assurê instalou todas as áreas num só lugar, ao adquirir o 7º andar do número 29 da Rua Anfilóbio de Carvalho, no Centro. A corretora também deu curso ao aperfeiçoamento da gestão, com o desenvolvimento de recursos humanos, a adoção de serviço 0800 e a criação de bancos de atendimento nas empresas clientes.

Na década passada, em meio ao crescimento acelerado do setor, Henrique Brandão conduziu mudanças no quadro de executivos. Em 2007, seu posto de presidente do Conselho Administrativo foi transmitido a Henrique Brandão Júnior, enquanto Pedro Paulo Thimoteo, que era vice-presidente, assumiu a presidência executiva. Henrique Júnior, administrador de empresas formado pela Saint Thomas University, dos Estados Unidos, tornou-se o CEO em janeiro de 2016, após ter passado, ao longo de 27 anos, por todas as áreas da corretora.

Ainda fazem parte da diretoria da corretora outros dois filhos de Henrique – Leandro Brandão (Controller) e Érika Brandão (Comercial) – além de Jaqueline Rodrigues (Superintendente Geral) e Ricardo Garrido (Vice-Presidente de Auto e RE).

A Assurê chega ao cinquentenário com a configuração de grupo empresarial liderado pela Assurê Corretora, responsável pelas apólices de pessoas, e pela Assurê Rio, especializada no ramo de automóveis. Outras corretoras parceiras foram incorporadas ao grupo ao longo dos 50 anos de presença da marca Assurê no mercado brasileiro de seguros.



#Liberte seu PORQUINHO

Poupe **no Sicoob**

LOGGIA



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



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

Procure uma cooperativa Sicoob.

SAC: 0800 724 4420 • Ouvidoria: 0800 646 4001

Deficientes auditivos ou de fala: 0800 940 0458



SICOOB
ASSOCIADO A VOCÊ.

Nova edição do evento acontece em abril

POR **LUIZ LOURENÇO**

Já tem agenda marcada o 2º Encontro de Corretores promovido pela Kuantta Consultoria, que teve grande aceitação do público na primeira edição: será no dia 25 de abril, de 9h às 18h, na filial da Porto Seguro (Rua do Ouvidor 54 – 4º andar), seguradora que apoia a iniciativa. O número de participantes foi ampliado para 65.

Os palestrantes já confirmados são: Sergio Mendonça, da Porto Seguro (“Relacionamento entre seguradoras e corretores”); Arley Boullosa, da Kuantta (“Torne sua corretora mais produtiva”), Gustavo Mello, da Correcta Corretora e professor do IBMEC (“Como vender seguros para grandes empresas”), Fernando Vieira, da Vieira Corretora (“O futuro do Seguro Imobiliário”); e Marcelo Hallack, do Mercado Lead (“Como aumentar sua carteira de clientes”).

Autor da iniciativa, Arley Boullosa é professor da Funenseg há 21 anos, onde ministra aulas no Curso de Habilitação de Corretores. “O primeiro encontro foi consequência da demanda que há no mercado por qualificação e novos conhecimentos. Debateremos assuntos que já vínhamos discutindo no nosso grupo de WhatsApp, que reúne mais de 200 corretores, e foram aprofundados. São temas que realmente

interessam aos corretores, debatidos por alguns palestrantes que também são profissionais deste segmento. Isso faz muita diferença, porque somos um deles e temos as mesmas necessidades”, explica.

Primeira edição – O 1º Encontro aconteceu em 15 de fevereiro, no auditório do Sincor-RJ – coordenado pelo diretor Social da entidade, Nilo Rocha – e contou com 45 participantes, número limitado em função da capacidade de acomodação do local. Participaram como palestrantes Gustavo Mello (“Mercado de seguros e suas perspectivas”), Arley Boullosa (“Seguro na internet e o papel do corretor”) e Fernando Vieira (Oportunidades no seguro fiança e capitalização para o corretor de seguros”), que também participam da segunda edição, além de Aldo Dallago, da Ituran (“Oportunidades no seguro de auto em meio à crise econômica”) e Fernando Lacerda, advogado espe-

cializado em seguros (“A responsabilidade civil do corretor de seguros na comercialização dos contratos”).

Sobre a ameaça que a venda de seguros pela internet pode representar para o corretor, Arley afirma: “Nossa preocupação deve ser com a entrada de novos agentes na comercialização de seguros, apesar de o mercado ser regulamentado no Brasil. Os corretores precisam se qualificar, investir em pessoas, tecnologia, treinamento e processos. Precisam mudar culturalmente, porque em breve ficará muito difícil para aqueles que são apenas ‘bons corretores’”, adverte.

Ele informa que, em maio, o Encontro de Corretores deverá chegar a São Paulo, onde já há espaço definido e alguns palestrantes confirmados. O formato será o mesmo dos eventos organizados no Rio: uma hora e dez minutos para as palestras e 20 minutos para debater com o público.

■ **Primeiro encontro.** Os corretores lotaram o auditório do Sincor-RJ para debater temas de interesse. Ao fundo, de pé, três palestrantes: Fernando Vieira, Arley Boullosa e Gustavo Mello



GBOEX reestrutura Unidade do Rio de Janeiro

A Unidade de Negócios do GBOEX no Rio de Janeiro vem sendo continuamente reestruturada para melhor atender aos parceiros comerciais e associados da companhia. Segundo Joel Francisco Corrêa, gerente da Unidade, dentro de um cenário contextualizado, que envolve divulgação, treinamento e participação em eventos institucionais e do mercado de seguros, o GBOEX está investindo em capacitação, planejamento financeiro para colaboradores e parceiros, a fim de motivar e apoiar o trabalho dos corretores.

“As metas estabelecidas pela matriz consolidam patamares já alcançados pela Unidade do Rio. Nosso grande desafio é ultrapassar essas metas, afirma ele, acrescentando que, na busca por melhores resultados nesse contexto de trabalho, o GBOEX entende que os corretores de seguros merecem cada vez mais a atenção de toda equipe, pois são ‘peças fundamentais’ na relação da empresa com seus clientes.

“Os corretores contam com total apoio e incentivo. Nossa equipe não mede esforços para apoiá-los e instruí-los na busca de caminhos mais eficientes para encontrar oportunidades e novos negócios, sempre com foco na filosofia de que a melhor técnica de vendas é o atendimento com qualidade para o cliente”, destaca Joel Corrêa.



■ **Joel Corrêa, na nova unidade:** “Nossa equipe não mede esforços para apoiar e instruir os corretores na busca de caminhos mais eficientes para encontrar oportunidades e novos negócios”

Vantagens do pecúlio – Para fortalecer esta parceria de negócios, a empresa destaca para os profissionais de corretagem as vantagens de comercialização do pecúlio e a importância de se investir em uma carteira que vai gerar renda estável a médio prazo, proporcionando tranquilidade e segurança às suas famílias.

Para fazer jus ao Rio de Janeiro, uma região pujante e tradicional no mercado de seguros, a Unidade GBOEX na capital fluminense é uma loja diferenciada e reúne, inclusive, um dos maiores percentuais de associados no Brasil, com um universo etário bem diversificado e abrangendo vários segmentos da sociedade.

Entre os produtos mais comercializados pelo GBOEX, destaca-se o Vida Longa (Proteção Básica, Mais Proteção e Superproteção). Recentemente foram incorporados ao plano os Serviços de

Assistências Funeral (individual e familiar) e Emergência Residencial 24 horas.

“O motivo do sucesso deste plano são suas características diferenciadas: idade de adesão até 80 anos, valor das mensalidades acessível e vantagens de uma ampla rede de convênios”, explica o gerente.

Para se aproximar cada vez mais de seus públicos, o GBOEX investe constantemente na modernização de seus processos, valorizando seu quadro de colaboradores e reforçando seu posicionamento como uma empresa voltada à proteção da família. O GBOEX vem aprimorando seu modelo de gestão sempre baseado em seus princípios e valores.

Cibele Avendano

Assessoria de Comunicação do GBOEX

ARQUIVO GBOEX

Para cada negócio, uma solução específica

POR **LUCIANA CALAZA**

Levando em conta as necessidades específicas de cada atividade econômica, a SulAmérica lançou quatro novos produtos customizados para pequenas e médias empresas. Pela primeira vez, empresas do segmento ótico, casas de festas e bufês, academias e perfumarias e lojas de cosméticos contam com seguro específico para suas atividades.

A estratégia se caracteriza pela oferta de coberturas customizadas para os diferentes negócios. As novidades ampliam o portfólio do SulAmérica Empresarial, que passa a contar com produtos per-

sonalizados para 15 tipos diferentes de pequenas e médias empresas.

“O segmento de pequenas e médias empresas tem se fortalecido muito no Brasil nos últimos anos. De acordo com dados do Sebrae, elas representam hoje 27% do total de empresas do país. Por isso, é um nicho de mercado muito valorizado pela SulAmérica e que, a despeito da crise, apresenta importante potencial de expansão”, destaca a diretora da Regional RJ/ES da companhia, Solange Zaquem.

Coberturas previstas – Pioneiro no mercado, o seguro para bufês e casas de festas cobre danos a mercadorias em ambiente refrigerado, quebra de

vidros, incluindo danos a objetos de louça e os causados a terceiros, durante a realização de eventos, e ainda despesas extraordinárias com salários de funcionários temporários.

Também inédito no mercado, o produto para óticas – de shoppings ou de rua – prevê cobertura para roubo de conteúdo, inclusive relógios comercializados pela empresa, danos a funcionários (despesas médicas em caso de sinistro), cobertura de avarias durante pequenas obras e reparos e lucros cessantes em caso de paralisação do negócio.

Já as academias têm agora um seguro que garante proteção contra danos a bens de alunos em guarda-volumes, durante a realização de atividades físicas,

■ **Academias.** Um dos estabelecimentos incluídos no seguro, que atende ainda box de cross fit, institutos de dança, clínicas de pilates, centros de luta e demais atividades físicas



Proteção em série para as pequenas empresas

Além das proteções patrimoniais personalizadas, a SulAmérica ainda oferece para o setor de PMEs uma série de soluções de proteção em saúde, odonto, auto, previdência e vida. Em saúde e odonto, maior carteira da companhia, os benefícios oferecidos podem incluir serviços como concierge, assistência viagem, aconselhamento médico por telefone, coaching de saúde, coleta domiciliar de exames, entre outros.

Outra vantagem é o Benefício Farmácia, que concede a todos os segurados descontos de até 65% em mais de 3.500 medicamentos e cosméticos em mais de 10 mil farmácias em todo o Brasil. Entre os destaques do último balanço divulgado pela SulAmérica, referente ao 4º trimestre de 2016, o plano de saúde na modalidade PME apresentou alta de 16,3%.

Em previdência, há o SulAmérica Previdência PME, um plano especialmente desenvolvido para empresas de pequeno e médio portes com, no mínimo, dois funcionários, e é oferecido nas modalidades PGBL e VGBL. O produto permite opções de benefícios

de proteção familiar e a escolha do tipo de renda mais adequado.

Na carteira de Vida, a companhia disponibiliza o SulAmérica Capital Global, um seguro coletivo de pessoas para PMEs a partir de quatro funcionários, que tem coberturas para morte, morte com extensão ao cônjuge, morte com extensão a filhos, morte acidental, verbas rescisórias, doenças congênitas, invalidez permanente total ou parcial por acidente e invalidez permanente funcional por doença. A empresa com mais de quatro funcionários pode contratar também o SulAmérica Você Empresa, que oferece a opção de escolher as coberturas e os capitais.

cobertura para o local durante a realização de pequenas obras e reparos e reembolso pela contratação de funcionário temporário. Atende academias, box de cross fit, institutos de dança, clínicas de pilates, centros de luta e demais atividades físicas.

O seguro para perfumarias e lojas de cosméticos, por sua vez, tem cobertura contra roubo de bens e de valores de clientes (inclusive em caso de arrastões), quebra de vidros (incluindo os danos causados às mercadorias durante a quebra) e roubo de valores transportados por motoboy ou outro funcionário da empresa. O prêmio do seguro SulAmérica Empresarial fica em torno de R\$ 1 mil por ano e pode ser parcelado em até 11 vezes.

Produtos modernos – O presidente do Sincor-RJ, Henrique Brandão, resalta que a chegada dos novos seguros é boa para o mercado, mas aumenta a responsabilidade do corretor.

“O SETOR DE SEGUROS ESTÁ SE RENOVANDO COM NOVOS E MODERNOS PRODUTOS, E OS CORRETORES PRECISAM SABER INTERPRETAR AS VANTAGENS E DESVANTAGENS E INFORMAR OS CLIENTES, PARA QUE ELES NÃO SEJAM PENALIZADOS.”

HENRIQUE BRANDÃO

“O setor de seguros está se renovando com novos e modernos produtos, e os corretores precisam saber interpretar as vantagens e desvantagens e infor-

mar os clientes, para que eles não sejam penalizados”, afirmou.

Além das novas modalidades, a companhia conta com outros seguros específicos e personalizados para bares e restaurantes, consultórios, escritórios, shopping centers, hotéis e pousadas, padarias e confeitarias, farmácias e drogarias, estabelecimentos de ensino, lojas de roupas e/ou calçados, pet shops e institutos de beleza e estética. Em 2016, os segmentos pet shop e drogarias foram os que mais se destacaram, com crescimento de 13% e 12%, respectivamente.

Todas as apólices contemplam as coberturas básicas de incêndio, queda de raios, explosão, queda de aeronaves e fumaça, garantias contra danos causados aos clientes, perdas financeiras inesperadas, serviços de assistência 24 horas e outras vantagens pensadas para a necessidade específica de cada negócio.

Escola lança graduação inédita no Rio

POR **BIANCA ROCHA**

Uma opção acadêmica rápida, segmentada e com mensalidades a preços acessíveis. Essas características chamaram a atenção dos profissionais do mercado fluminense e contribuíram para o sucesso do curso Tecnólogo em Gestão de Seguros, lançado esse ano pela Escola Nacional de Seguros. As vagas para a primeira turma, com 35 alunos, se esgotaram um mês antes do início das aulas, em fevereiro. A próxima turma será aberta no segundo semestre.

Com duração de dois anos, o curso fornece certificações profissionais parciais (uma a cada semestre) e, ao final, um diploma de nível superior. A graduação tecnológica é destinada a quem pretende adquirir uma visão mais prática e focada no setor de seguros. A mensalidade é de R\$ 710 e os alunos que fizeram a matrícula até 15 de dezembro ficaram isentos do pagamento da primeira parcela.

Para o diretor de Ensino Superior da Escola, Mario Pinto, o curso preenche uma lacuna na qualificação de mão de obra especializada. “O lançamento desse tipo de graduação superou nossas expectativas, especialmente em um ano de crise, em que as pessoas estão mais criteriosas e escolhendo a dedo em que área se aprimorar profis-

sionalmente. O mercado do Rio carecia de um modelo acadêmico que oferecesse um ensino de nível superior mais prático e de curta duração, além de mais em conta financeiramente, comparado a outros cursos”, ressalta.

Funções técnicas – Segundo Mario Pinto, cerca de 80% dos inscritos na graduação tecnológica já atuam na área de seguros. “O curso é voltado para quem deseja desempenhar funções técnicas no mercado, como elaboração de controles de gestão e supervisão de equipes comerciais e técnicas. Há ainda campo de atuação em áreas de planejamento, gerenciamento de riscos e administração de empresas. O aluno também tem a opção de estender o curso por mais dois anos e se formar bacharel em Administração.

As inscrições para a próxima turma serão abertas no segundo semestre e a intenção da Escola é manter o número máximo de 35 alunos. “Queremos ter cautela em relação à quantidade de

“O CURSO É VOLTADO PARA QUEM DESEJA DESEMPENHAR FUNÇÕES TÉCNICAS NO MERCADO, COMO ELABORAÇÃO DE CONTROLES DE GESTÃO E SUPERVISÃO DE EQUIPES COMERCIAIS E TÉCNICAS.”

MARIO PINTO

alunos por turma, para que o controle de qualidade seja mais eficiente”, informa Mario.

Os planos para o futuro do curso já estão traçados, segundo o diretor. A ideia é lançar até o fim de 2018 uma graduação tecnológica a distância. “O ensino EaD nos dá outro patamar de penetração por todas as regiões do País e a expectativa é oferecer esse curso para profissionais de todo o Brasil. Hoje a qualificação profissional é imprescindível para quem deseja crescer na carreira e a Escola faz o seu papel de sempre ofertar cursos novos e que atendam às necessidades do mercado”, conclui.

■ **Formação.** O Curso Tecnólogo em Gestão de Seguros concede o diploma de nível superior em dois anos a quem busca visão prática do mercado



FOLOTIA/ANSELMIUS87





CONQUISTE NOVOS CLIENTES E AUMENTE SUAS RECEITAS COM A CERTIFICAÇÃO DIGITAL



ACSINCORRIO
backoffice.acsincorrio.com.br/rede

uma iniciativa **SINCOR-RJ**

Dolo ou fraude no seguro de RC D&O

RECURSO ESPECIAL Nº 1.601.555 – SP. Membro de um Conselho Administrativo ajuizou ação contra a seguradora para recebimento de indenização de sinistro coberto pela apólice de seguro de RC D&O, alegando que foi do Conselho Administrativo e que informou à seguradora sobre o recebimento de intimação da reguladora do mercado, para que os administradores prestassem depoimento a respeito do insider trading – operação realizada por diretor, administrador, conselheiro e pessoas equiparadas, com valores mobiliários de emissão da companhia, em proveito próprio ou de terceiro. A seguradora recusou-se a pagar a indenização sob o argumento de ausência de cobertura dos fatos sucedidos.

Em primeira instância, o juízo entendeu que houve omissão de informação tanto do autor quanto da empresa ao preencherem o questionário de risco, nos termos do art. 766 do Código Civil, ensejando a perda do direito de indenização. Alegou, ainda, que a prática do insider trading não é coberta pela garantia securitária, restrita a atos de gestão dos administradores, não alcançando atos de favorecimento pessoal.

Inconformado, o autor recorreu, mas não obteve êxito. Entendeu o Colegiado de 2ª Instância que houve omissão de informação no preenchimento do questionário – a existência de investigação pela reguladora do mercado a respeito da

ocorrência de insider trading, que não foi informada à seguradora.

O autor/apelante insistiu no fato de que não houve má-fé de sua parte uma vez que o questionário de risco fora respondido pela tomadora do seguro, devendo ser afastada a sanção de perda do direito à garantia securitária.

Em seu didático voto, o ministro relator do processo destacou: “...E, no seguro, a boa-fé assume maior relevo, pois tanto o risco quanto o mutualismo são dependentes das afirmações das próprias partes contratantes. Logo, verifica-se que a seguradora, utilizando-se das informações prestadas pelo segurado em questionário, chega a um valor de prêmio conforme o risco garantido, de modo que qualquer risco não previsto no contrato desequilibra o seguro economicamente, dado que não foi incluído no cálculo atuarial nem na mutualidade contratual (base econômica do seguro). Por isso, a má-fé ou a fraude são penalizadas

severamente no contrato de seguro. Com efeito, a fraude, que é o contrário da boa-fé, inviabiliza o seguro justamente porque altera a relação de proporcionalidade que deve existir entre o risco e a mutualidade, rompendo, assim, o equilíbrio econômico do contrato, em prejuízo dos demais segurados.”

No caso em questão, as instâncias anteriores já tinham reconhecido a má-fé da tomadora do seguro e do próprio segurado, pois, na renovação do seguro de RC D&O, prestaram declarações inexatas e omitiram, deliberadamente, informações conhecidas desde os meses anteriores, capazes de influenciar a taxa do prêmio ou a própria aceitação da avença.

Destacou também que não se deve incentivar a prática de ilícitos penais ou de atos fraudulentos, especialmente contra o mercado de capitais, e que a apólice de RC D&O jamais poderá abranger casos de dolo ou fraude, bem como atos do diretor ou administrador motivados por meros interesses pessoais, deteriorando o patrimônio da sociedade. O seguro de RC D&O tem cobertura somente para (i) atos culposos de diretores, administradores e conselheiros (ii) praticados no exercício de suas funções (atos de gestão).

ARQUIVO PESSOAL



Ruth Maria Honório

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

Fonte de consulta: Publicações On-line

O barato que pode sair caro

Cortar gastos é objetivo unânime em tempos de crise econômica como a que o Brasil enfrenta. É natural, portanto, que muitos consumidores se interessem por uma proteção do seu carro que chega a ser até 70% mais barata do que os seguros de automóvel disponíveis no mercado. O preço atrativo, porém, pode acabar se transformando em um grande prejuízo. O produto em questão é a chamada proteção veicular, vendida por “associações” ou “cooperativas”. Coloco entre aspas porque, quando se trata de entidades do tipo, a característica essencial é não ter fins lucrativos, mas isso, claramente, não é o que acontece nesses casos.

A proposta da proteção veicular é ratear os prejuízos sofridos por todos os sócios, prometendo assim uma proteção mútua de patrimônio. Hoje, já existem mais de 4 mil associações com essa finalidade no país, e a preocupação do mercado de seguros tem uma série de razões. Para começar, a forma como se anuncia o produto costuma ser traiçoeira, fazendo com que o consumidor acredite que se trata de uma modalidade de seguro. Mas sua comercialização não tem qualquer fiscalização ou regulamentação, o que abre brecha para fraudes e calotes.

Enquanto o seguro de automóvel só pode ser oferecido por seguradoras autorizadas a operar pela Susep, passando regularmente por auditoria, fiscalização de custos e pagamentos de

indenizações, além de ter que manter uma reserva técnica para garantir a condição de honrar os sinistros que venham a acontecer; a proteção veicular é um tiro no escuro. Nada impede a “associação” de comunicar ocorrências de sinistros que nunca existiram para gerar receita, por exemplo. Também é

“A COMERCIALIZAÇÃO (DA PROTEÇÃO OFERECIDA POR ASSOCIAÇÕES E COOPERATIVAS) NÃO TEM QUALQUER FISCALIZAÇÃO OU REGULAMENTAÇÃO, O QUE ABRE BRECHA PARA FRAUDES E CALOTES.”



ARQUIVO ACONSEF-RJ

fácil para estas entidades fechar as portas e deixar os supostos segurados na mão. As duas situações já aconteceram diversas vezes.

Na prática, mesmo que o proprietário do carro receba assistência da associação, não há garantia de que as peças utilizadas no conserto sejam genuínas, na medida em que sua origem não é regulada. Desde 2012, há um projeto de lei para mudar essa situação de ilegalidade, mas que propõe a criação de uma autorreguladora para as cooperativas, sem prever o pagamento de impostos e tributos, constituição de reservas ou subordinação a algum órgão público de normatização. Legalizar dessa maneira não mudaria a situação de insegurança em que se encontra hoje o consumidor da proteção veicular.

Essa prática precisa ser combatida porque, ainda por cima, suprime a atuação do corretor, somando a falta de informação à já grave falta de respaldo legal. Para o motorista que precisa economizar, o mercado de seguros já criou o Auto Popular, que reduz o prêmio sem lesar seus direitos. O produto deve absorver boa parte do nicho que recorria à proteção veicular, mas é sempre preciso bater nesta tecla.

O ditado “se a esmola é muita, o santo desconfia” nunca fez tanto sentido. Não se pode acreditar em milagres, quando se lida com riscos e o objetivo é zelar pelo patrimônio conquistado.

Luiz Philipe Baeta Neves

Presidente da Aconsef-RJ

A responsabilidade pelo conteúdo desta coluna é da assessoria da Aconsef-RJ



Presidente da FenaPrevi fez palestra a convite do CVG-RJ



DIVULGAÇÃO ACONSEGRJ

■ **O palestrante Edson Franco** (ao centro), com Renato Campos e Marcello Hollana (esq.) e Maria Helena Monteiro e Henrique Brandão (dir.)

O atual cenário e as perspectivas do mercado de seguros de Vida foram temas da palestra que o presidente da FenaPrevi, Edson Luís Franco, fez no dia 28 de março, em evento organizado pelo Clube de Vida em Grupo do Rio de Janeiro (CVG-RJ). O executivo abordou o atual momento de retomada do segmento de pessoas no país e elegeu como foco da palestra a defesa da reforma da Previdência Social.

Edson Franco mostrou com base em números que o tema precisa ser discutido, pois a reforma é uma questão urgente. Nesse sentido, disse em relação ao setor, incluídos os corretores

de seguros, que todos devem difundir a importância da previdência privada complementar, já que a previdência estatal terá cada vez mais dificuldade de garantir o mesmo padrão financeiro das pessoas após a aposentadoria.

“Nós temos a responsabilidade de conscientizar a população da importância de se contratar a proteção da previdência complementar. Com a repercussão da reforma da Previdência Social, essa consciência começa a ganhar forma na sociedade brasileira. As pessoas estão passando por um processo de conscientização e aculturação da necessidade de se

investir na poupança de longo prazo”, afirmou ele, diante de um público qualificado de cem pessoas, que se reuniram no Restaurante Cais do Oriente, no Centro do Rio, a convite do CVG-RJ.

Estiveram presentes, entre outros convidados, o diretor executivo da Escola Nacional de Seguros, Renato Campos; o presidente do CVG-ES, Antônio Santa Catarina; o presidente Ibracor, Gumerindo Rocha Filho; o presidente do Sincor-RJ, Henrique Brandão; o presidente da Prudential, Marcelo Mancini; o presidente do Grupo Lapa, Mauro Lapa; o diretor Comercial e de Marketing da Golden Cross, Cláudio Brabo; o presidente do Clube dos Corretores de Seguros-RJ, Jayme Torres; o presidente da Fenaber, Paulo Pereira; o diretor de Saúde Fenacor, Amílcar Vianna; e o presidente do Conselho Consultivo CVG-RJ, Olívio Américo; o presidente e diretores do CVG-RJ, Marcello Hollanda, Carlos Ivo, Isaquie Farizel, Wellington Costa e Sergio Ricardo de Magalhães Souza; e os ex-presidentes do CVG-RJ, hoje no Conselho Consultivo, Octávio Perissé, Ênio Miraglia D’Silveira e Aurélio Rodrigues.

Exame para Habilitação de Corretores de Seguros

A Escola Nacional de Seguro vai aplicar entre os dias 8 e 11 de maio, as provas do Exame para Habilitação de Corretores de Seguros, uma das opções para obter o registro profissional de corretor, fornecido pela Susep. Os Exames serão realizados em 14 cidades: Belo Horizonte (MG), Blumenau (SC), Brasília (DF), Campinas (SP), Curitiba (PR), Goiânia (GO), Porto Alegre (RS), Recife (PE), Ribeirão Preto (SP), Rio de Janeiro (RJ), Salvador (BA), Santos (SP), São

Paulo (SP) e Vitória (ES). Os pré-requisitos são ensino médio completo e maioridade. Os candidatos poderão se preparar para as provas pelos cursos da modalidade a distância, oferecidos pela Escola. O ambiente de aprendizagem on-line permite que o aluno estude em seu próprio ritmo e não perca tempo com deslocamentos. O curso também oferece material didático, tutoria, diálogo com a coordenação do curso e certificado.



Convênio para emissão da carteira do corretor

A Superintendência de Seguros Privados (Susep) e o Instituto Brasileiro de Autorregulação do Mercado de Corretagem de Seguros e de Resseguros de Capitalização e de Previdência Complementar (Ibracor) firmaram convênio para a realização de duas ações conjuntas: o recadastramento nacional de todos os corretores de seguros legalmente habilitados no Brasil e a emissão da nova identidade profissionais (pessoas físicas) e das autorizações para funcionamento das corretoras de seguros (pessoas jurídicas).

O recadastramento nacional deve preceder a emissão das novas carteiras dos corretores de seguros, uma vez que o banco de dados da Susep está desatualizado em relação ao número real de corretores em atividade.

O setor aguarda ainda a aprovação pelo Senado do projeto de lei já aprovado na Câmara, que torna obrigatória a emissão da identidade profissional pela Susep – o que traria mais tranquilidade para o

mercado, pois elimina o risco de suspensão eventual da emissão das identidades profissionais por futuras gestões da Susep. A autarquia está editando circular que dispõe sobre o recadastramento e a distribuição das carteiras e das autorizações para funcionamento das corretoras.



DIVULGAÇÃO SINCOR-RJ

Página no Facebook para informar consumidores e corretores

Um dia antes da palestra no CVG-RJ, em 27 de março, a FenaPrevi apresentou sua página oficial no Facebook, plataforma que usará para divulgar informações sobre os planos de previdência complementar aberta e sobre seguros de pessoas, informando ao consumidor a importância do planejamento de longo prazo, tanto para complementar a aposentadoria, quanto para a proteção pessoal e da família no caso de eventos inesperados. O propósito é informar e orientar consumidores, corretores, seguradoras e outros públicos de interesse.

Câmara aprova terceirização para atividades-fim



IMPrensa CÂMARA

A Câmara dos Deputados aprovou no dia 22 de março a lei que libera o trabalho terceirizado em todas as atividades das empresas e várias atividades do Estado. Por 231 votos a favor, 188 contras e oito abstenções, a base aliada do governo conseguiu ressuscitar o texto, proposto há 19 anos pelo então presidente Fernando Henrique Cardoso e já aprovado no Senado. A nova lei

deve seguir para sanção do presidente Temer. Centrais sindicais e deputados da oposição criticaram a medida, alegando que ela fragiliza e precariza as relações de trabalho e achata os salários. Antes do projeto, a Justiça do Trabalho só permitia a terceirização em atividades secundárias – conhecidas como atividades-meio, que não são o principal negócio de uma companhia, as chamadas atividades-fim.

Mulheres no mercado

Concluído no ano passado, o segundo estudo “Mulheres no Mercado de Seguros do Brasil” trata da crescente participação feminina no setor e aborda as dificuldades e oportunidades encontradas por elas nesta indústria. No mês de março, quando foi comemorado o Dia Internacional da Mulher, o estudo foi tema de palestras em diversas cidades do país, com o objetivo de discutir a força das mulheres no segmento e questões como cargos e salários. A Escola Nacional de Seguros, organizadora dos eventos, disponibilizou também a versão on-line da palestra sobre o estudo, conduzida pela diretora de Ensino Técnico da Escola, Maria Helena Monteiro. A executiva é a idealizadora do estudo, coordenado em parceria com o consultor Francisco Galiza.

Plataformas de comunicação

No Dia Internacional do Consumidor, 15 de março, a CNseg apresentou três novas plataformas para se aproximar mais dos consumidores e da sociedade em geral. A Rádio CNseg (<http://radio.cnseg.org.br>) passou a contar com um site mais moderno e interativo e uma fanpage própria no Facebook. A grade foi renovada com ênfase na prestação de serviços, novas entrevistas e quadros de interesse do ouvinte. A programação musical ficou mais jovem, atraente a variadas faixas etárias. A Confederação também lançou no YouTube ‘CNseg - O canal seguro’, para esclarecer a população sobre produtos e serviços oferecidos pelo setor. O objetivo é abrir novos canais de diálogo com a sociedade, como parte do Programa de Educação em Seguros.

Corretores em Cancún



BANCO DE IMAGENS GOOGLE

A Porto Seguro Saúde lançou a Campanha “Você com Mais Saúde no Verão”, voltada aos corretores das Regiões Metropolitanas do Rio de Janeiro. Válida até 31 de maio, a ação vai premiar a emissão de novas vidas nos planos da empresa. Quem alcançar o número de vidas estipuladas no regulamento, durante o período da campanha, ganhará uma viagem com acompanhante para Cancún (foto), no México. O corretor também participa do Emitiu, ganhou! Para cada contrato do PME que for emitido, receberá uma premiação extra, além do comissionamento escolhido para o negócio. Veja no Corretor Online ou solicite por e-mail comercial.saude@portoseguro.com.br.

CCBB no pódio



DIVULGAÇÃO CCBB

A revista The Art Newspaper divulgou em 1º de abril o tradicional ranking contendo os 100 museus mais visitados e as exposições mais populares do mundo em 2016. As três primeiras exposições mais visitadas foram dos Centros Cul-

turais Banco do Brasil (CCBBs): “O Triunfo da cor. O pós-impressionismo: obras-primas do Musée d’Orsay e do Musée de l’Orangerie”, ficou em primeiro lugar, com 9.700 visitantes/dia, na temporada de

julho a outubro. “ComCiência – Patricia Piccinini” ficou em segundo, com 8.340 pessoas/dia, também no Rio, de abril a junho. E na terceira colocação, “Castelo Ra-Tim-Bum – a exposição” (foto), visitada por 8.288 pessoas/dia entre out/2015 e jan/2016.





Nunca é cedo demais
para proteger o futuro
dos seus clientes.

Mesmo que eles não sejam
seus clientes ainda.

O PREVJunior é um produto que une as vantagens da Previdência com as Coberturas de Proteção Familiar, ideais para proteger o futuro das crianças, mesmo se acontecer algum imprevisto com seus responsáveis. Seus clientes podem planejar estudos, intercâmbios, viagens e muito mais para o futuro dos filhos, com a antecedência necessária. O PREVJunior é acessível, pois oferece planos de contribuição a partir de apenas R\$ 50 por mês.

Conheça nossos planos.

PREV Junior

Entre em contato com o seu gerente comercial ou fale conosco.
0800 285 3002 | Filial Rio 21 3231-8404
www.casadocorretor.com.br

ESPECIALISTA NO QUE TEM VALOR PRA VOCÊ.

Icatu
SEGUROS

icatusseguros.com.br

Pode ter certeza: a qualquer hora que o seu cliente precisar do plano Amil, tudo sempre vai ser mais rápido, mais simples e mais fácil.

Seja pelo nosso aplicativo Amil Clientes ou pelo nosso *site*, olha quanta coisa ele pode fazer:



Agendamento *Online* na Rede Preferencial

Marcação de exame ou consulta pela internet sem espera telefônica.



Carteirinha Virtual

Acesso à carteirinha da Amil diretamente no celular.



Reembolso *Online*

Pelo nosso site é possível consultar e solicitar reembolso com toda a comodidade.



Histórico de Utilização *Online*

Toda a utilização do plano fica salva para resgatar informações sempre que precisar.



Busca de Rede por Geolocalização

O cliente encontra facilmente os médicos, hospitais e laboratórios mais perto dele.



Aplicativo Amil Clientes



Aproveite esses diferenciais para aumentar ainda mais as suas vendas dos planos da **Amil**.

Atendimento equipe *backoffice* pelo telefone: **(21) 2517-4001** ou pelo e-mail: **canalcorretorasrj@amil.com.br**.

Funcionamento: de segunda-feira a quinta-feira, das 8h às 18h, e sexta-feira, das 8h às 17h.

amil.com.br

Amil

Uma vida de saúde para você