

Plataformas digitais trazem o futuro às seguradoras

Ferramentas permitem maior proximidade com o consumidor e amplia eficiência das empresas

4



Lições para uma vida segura

Secretário de Educação fala sobre projeto que leva cultura do seguro à escola

6

Inovação acelerada

Setor automotivo vive transformações que irão afetar inclusive a área de seguros

5

Combate ao seguro-pirata

Entidades que oferecem proteção veicular preocupam as seguradoras e a Susep

3

Uma edição dedicada a mostrar diferentes frentes do futuro

O futuro permeia, de diferentes formas, essa edição do Notícias Sindseg SP. Na reportagem de capa, destacamos as múltiplas possibilidades oferecidas pelo mundo digital para o setor segurador, uma indústria que existe há vários séculos e que se caracteriza pela constante transformação e pela perenidade. Na fronteira digital, as seguradoras encontram soluções que aprofundam o relacionamento com o consumidor, ampliando o conhecimento de suas necessidades e do seu comportamento. As novas tecnologias também trazem mais eficiência ao atendimento, agregando excelência e rapidez, além, é claro, de abrir caminho para novos produtos.

Também mostramos os caminhos que a indústria automotiva, área que influencia muito o desempenho da indústria seguradora, deve percorrer no futuro. São muitas as mudanças em curso, envolvendo diferentes tecnologias e também aspectos comportamentais dos consumidores. Mudanças que deverão ser acompanhadas com muita atenção pelo setor de seguros, de forma a ajustar os produtos aos anseios dos consumidores.

O futuro também está presente também no grande destaque desta edição na frente institucional: a entrevista concedida pelo Secretário de Educação de São Paulo, José Renato Nalini, sobre o “Projeto de Vida Segura”, que está sendo implementado por meio de parceria entre a secretaria, o Sindseg SP e o Sincor-SP. Destinado a jovens estudantes da faixa de 15 a 18 anos, o projeto proporciona os primeiros passos desse público-alvo em educação financeira, ajudando a prepará-los para a vida adulta.

Também abordamos um tema que preocupa todo o setor segurador: a atuação de cooperativas e associações que oferecem proteção veicular para os consumidores. São muitos os casos de consumidores que se iludiram com o preço mais baixo da proteção, adquirindo o serviço com a crença de que contariam com a mesma cobertura do seguro.

Mostramos ainda como está o segmento de seguros auto e a estratégia das seguradoras para enfrentar a crise nesse segmento.

Boa leitura a todos.



“Na frente institucional, destaque para a parceria firmada com Sincor-SP e Secretaria de Educação de São Paulo, que leva a cultura do seguro aos jovens de 15 a 18 anos”

MAURO BATISTA
PRESIDENTE DO SINDSEG SP

EXPEDIENTE

Sindseg SP Notícias é uma publicação do Sindicato das Empresas de Seguros, Resseguros e Capitalização do Estado de São Paulo. **Presidente:** Mauro Batista. **Diretor Executivo:** Fernando Simões. **Produção:** Néctar Comunicação Corporativa. **Jornalista responsável:** Eugênio Melloni (MTB 19.590). **Redação e edição:** Eugênio Melloni. **Fotos:** Divulgação

Camara.e-net mapeará atividade das insurtechs no Brasil

A Câmara Brasileira de Comércio Eletrônico (camara.e.net) está realizando uma radiografia das insurtechs – as startups que agregam tecnologia ao mercado de seguros – no Brasil. Em meados de setembro, a entidade, que congrega diferentes segmentos da economia digital, iniciou a captação de informações para a produção do primeiro mapa do ecossistema de insurtechs no país.

“Vamos fazer uma radiografia desse segmento, levantando as iniciativas com soluções de investimento, internet das coisas, jornada do usuário, produtos, segurança da informação, análise de dados e tecnologias futuras, entre outras categorias que compõem esse ecossistema”, afirmou Gustavo Zobarán, coordenador do Comitê de Insurtechs da camara.e.net. A ideia é manter o mapa em constante atualização, de forma a publicar informações sobre esse segmento a cada três meses.

Segundo informações da camara.e.net, as insurtechs atraíram financiamentos da ordem de US\$ 3,5 bilhões no mundo inteiro em 2015. Esse montante representou um crescimento de 7,5 vezes na comparação com o ano anterior, o que comprova o crescente interesse por esse nicho de mercado.

No Brasil, estão consolidadas 25 insurtechs. Mas existem inúmeras outras em processo de captação de recursos ou em início de operação, segundo a camara.e.net. O mapa a ser produzido pela instituição terá a missão justamente de dar a dimensão desse mercado e as diferentes etapas de desenvolvimento em que se encontram as insurtechs.

Trocando gato por lebre

Setor segurador alerta para o risco das proteções veiculares, que parecem seguros mas não são

O roteiro já é bastante batido. Atraído pelo preço mais baixo, o consumidor compra a proteção veicular para o seu automóvel, oferecida por cooperativas ou associações. Desprevenido, o consumidor acredita que está fazendo um negócio muito vantajoso ao trocar o seguro auto pela proteção veicular. Nem desconfia que o produto que está comprando não tem nenhuma relação com um seguro convencional naquilo que é mais importante: a garantia de cobertura de prejuízos em casos de sinistros. Somente descobrirá que levou gato por lebre quando precisar do serviço.

“Essas cooperativas e associações não funcionam como uma seguradora, ou seja, não operam, por exemplo, com reservas e nem de forma estruturada”, compara Celso Luiz Dobbarrio de Paiva, diretor 1º tesoureiro do Sindseg SP. “Acredito que muitas delas até indenizem seus clientes em casos de sinistros. Mas não têm capacidade e estrutura para indenizar todos os eventos que possam ocorrer”, acrescentou.

Se para os consumidores esses produtos podem representar grande probabilidade de aborrecimentos, para as seguradoras implicam riscos consideráveis à imagem do setor. Muitos consumidores não têm ideia de que a proteção veicular não é um produto da indústria seguradora. Quando necessitam do produto e não são atendidos como esperavam, acabam propagando queixas contra as seguradoras. “É uma prática nociva, que mancha a imagem do mercado segurador”, afirma Paiva.

A repetição desse roteiro tem motivado a SUSEP, órgão regulador do setor de seguros, a empreender, nos últimos



Mendanha: 180 ações contra empresas que oferecem proteção veicular

anos, um cerco às companhias que oferecem produtos que se parecem com os seguros de automóveis, mas não são. A SUSEP já se manifestou formalmente, em diferentes ocasiões, esclarecendo que a legislação veda a operacionalização de seguros por associações e cooperativas. Essas instituições estão autorizadas apenas a comercializar seguros agrícolas, de saúde e de acidentes de trabalho, desde que devidamente autorizadas pelo órgão regulador deste segmento.

A SUSEP vê na atividade de entidades não autorizadas riscos ao patrimônio dos consumidores e também ao equilíbrio do mercado. Por conta disso, recomenda que, antes de contratar qualquer produto de seguro, o consumidor realize uma pesquisa no site da autarquia (www.susep.gov.br) para se certificar de que a empresa vendedora está autorizada a oferecer o produto.

“A SUSEP mantém uma força-tarefa em atividade com o objetivo de coibir a

realização de operações de seguros por empresas sem autorização”, destacou o superintendente da SUSEP, Joaquim Mendanha de Ataídes. Acionada por meio de denúncias de consumidores, de sindicatos de corretores de seguros e de seguradoras de todo o Brasil, a força-tarefa tem trabalhado bastante. No âmbito da Procuradoria Federal, a SUSEP é a autora principal de 180 ações civis públicas contra a comercialização desses produtos. “Além disso, no campo da Diretoria de Supervisão de Conduta da Susep, hoje, há pelo menos 200 processos administrativos referentes à proteção veicular (mercado marginal) em apuração de indícios de irregularidades”, acrescenta Mendanha.

Na Câmara dos Deputados, está tramitando o Projeto de Lei 3.139/15, de autoria do deputado federal Lucas Vergílio (SD-GO), que proíbe associações e cooperativas de comercializarem contratos de natureza securitária. O projeto de lei estabelece que somente poderão operar em seguros privados sociedades anônimas ou cooperativas, desde que devidamente autorizadas pelo órgão supervisor e fiscalizador do mercado de seguros. Acrescenta que as sociedades cooperativas irão operar unicamente em seguros agrícolas, de saúde e de acidentes do trabalho. No final de agosto, foi realizada a primeira reunião da Comissão Especial criada para analisar o projeto de lei, com o objetivo de definir o roteiro de trabalho. Em 12 de setembro, foi aprovado requerimento do deputado Lucas Vergílio para a realização de audiência pública com o objetivo de debater o projeto de lei.

“A Susep mantém uma força-tarefa para coibir vendas por empresas sem autorização”

JOAQUIM MENDANHA DE ATAÍDES

Um mundo de novidades além da fronteira digital

Plataformas digitais oferecem múltiplos benefícios a seguradoras

Tendo sobrevivido a vários séculos, o setor de seguros se depara com os desafios e as possibilidades que são oferecidas pelo mundo digital. Na visão de Renato Virgili, diretor de Novos Negócios e Operações da Pontomobi, plataformas digitais oferecem uma gama enorme de alternativas para a indústria seguradora, que vão muito além da oferta de produtos digitais. Há diferentes formas de interação com consumidores, fornecedores de serviços e até mesmo empregados que podem ser exploradas de forma bastante virtuosa pelas seguradoras. Na entrevista a seguir, Virgili fala um pouco mais sobre essas possibilidades.

NOTÍCIAS SINDSEG SP – Qual o impacto da era digital para o mercado de seguros?

RENATO VIRGILI – O uso das plataformas digitais para as seguradoras pode ter diferentes abordagens. Na relação B2C (cliente-seguradora), há espaço grande para o uso da plataforma digital como ferramenta de atendimento aos clientes, algo que já é feito por algumas seguradoras. É possível, por exemplo, ter um processo digitalizado que suporte a relação do consumidor com seu seguro de carro sem que ele tenha de interagir com um call center. Entendo que é um uso do digital que pode aportar bastante valor. Numa visão B2B, as seguradoras que trabalham com seguros residenciais e automotivos também têm sua força de vendas e de suporte à operação de serviços para os segurados. E uma relação entre seguradoras e seus funcionários, dependendo do tipo de perfil, também pode se dar por meio de plataformas digitais. Temos o caso da Porto Seguro e de outras seguradoras em que a força de guinchos utiliza aplicativos que fazem a rota do atendimento, informam qual é o carro, de qual segurado e, às vezes, a situação daquele segurado. Vejo no segmento de seguros possibilidades que vão além da oferta de produtos digitais. O digital

pode ajudar a construir produtos novos e inovadores, pode ser uma ferramenta para atendimento e relacionamento com os consumidores de forma permanente e consistente e, ainda, uma ferramenta que possa suportar a operação da empresa na relação B2B, ou B2employee.

NS – Ferramentas como o mobile já causaram rupturas no processo de comunicação e venda de diversos segmentos. No setor de seguros esse processo ainda está em passos lentos. Como isso impactará as empresas de seguros?

RENATO VIRGILI – A conexão à internet e ao sistema da seguradora permite à empresa conhecer o comportamento dos segurados, seja no plano de saúde, no seguro residencial ou de auto. É possível ter um aplicativo dentro do veículo conectado à internet que permite acompanhar a velocidade com que ele circula pela cidade. Posso saber do segurado onde ele circula na cidade, quanto tempo fica com

o carro em movimento, quanto tempo o carro fica em regiões mais ou menos perigosas, por exemplo. Isso me permite obter informações sobre o comportamento do meu segurado e construir produtos específicos para ele. Eventualmente, pode permitir construir um programa de reconhecimento para o usuário que tem melhor comportamento ou oferece menos risco, e bonificá-lo com descontos no seguro. Em um plano de saúde, por exemplo, seria possível, sabendo que o segurado tem problemas cardíacos ou diabetes, oferecer a ele a possibilidade de escanear o sangue diariamente. Isso vai permitir o monitoramento de sua situação, e será possível oferecer ao segurado descontos no plano de saúde. O mesmo pode acontecer em uma casa. Se tenho uma residência monitorada por um sistema de segurança conectado à internet, o seguro pode identificar se é uma casa que tem situações de risco, em que o alarme dispara mais vezes, as portas ficam destrancadas continuamente. É possível, também, oferecer benefícios aos segurados que representam menos riscos para as seguradoras.

NS – Quais ferramentas podem ser utilizadas pelo setor para se comunicar com esse novo consumidor?

RENATO VIRGILI – É preciso no mínimo ter um site que funcione no celular e tenha uma orientação para atendimento ao consumidor nas diferentes esferas de seguros que uma empresa pode oferecer. O meu seguro de saúde, por exemplo, não se comunica de forma que ele venha falar comigo o tempo inteiro. Mas possui um site e um aplicativo que facilitam minha comunicação como consumidor e a prestação de serviços. Indo um pouco além, as empresas também podem se comunicar com seus consumidores – não somente com prospects, mas com os já segurados – oferecendo um aplicativo. O aplicativo é também uma ferramenta relevante quando se trata de prestar serviços. Temos também o Facebook, uma plataforma que permite escutar reclamações e atender o cliente por meio de conteúdos de serviços ou orientações sobre produtos ou pelo Facebook Messenger, que pode ser trabalhado como um canal de atendimento ao consumidor final.



Renato Virgili: ferramentas para atender melhor os consumidores



O futuro chega velozmente aos automóveis

Especialistas apontam os caminhos pelos quais se dará a evolução do setor automotivo

Quando se propôs a escrever, em 2012, um livro sobre o futuro do automóvel, o jornalista Fred Carvalho, à época diretor da publicação AutoData, especializada em economia e negócios da área automotiva, ouviu dezenas de executivos do setor em todo o mundo.

Carvalho conseguiu recolher, em seu levantamento, o que havia de mais moderno em tendências que se apresentavam para o setor naqueles tempos. Mas, decorridos apenas cinco anos do lançamento do livro, algumas projeções já foram superadas pelo ritmo das transformações dessa indústria. “A velocidade com que as coisas acontecem nessa área é absurda”, lembra Carvalho, atualmente diretor de assuntos institucionais da Anfavea, entidade que congrega os fabricantes de veículos.

Mas, considerando-se as tendências atuais, qual é o carro do futuro? Para alguns especialistas que observam a busca das novas gerações por alternativas de mobilidade, a pergunta correta é: o carro vai sobreviver? Os executivos do setor estão cientes de que há grandes transformações no que se refere à mobilidade entre as novas gerações. Boa parte dos jovens opta, em seus deslocamentos, por um mix de alternativas, o que inclui muitas vezes o skate e a bicicleta combinados com metrô, ônibus e com serviços como o Uber. Sem considerar que, devido à fixação pela internet, muitos reduziram drasticamente os deslocamentos, permanecendo mais tempo em suas casas.

Preocupada com o questionamento, a OICA, entidade mundial que reúne as associações nacionais da indústria automotiva, fez um levantamento que concluiu que, para 60% dos jovens, o automóvel é uma das principais paixões da vida. “O que move um indivíduo a comprar um automóvel é a paixão. Senão teríamos uma frota somente de um único tipo de automóvel”, diz Carvalho. Além disso, há limitações das alternativas: nem todos têm uma estação de metrô na vizinhança e os ônibus representam uma alternativa de transporte que toma tempo.

Quando se observa o uso de veículos em todo o mundo, se percebe que a sentença de morte que alguns conferem ao carro não é algo uniforme. Há uma discrepância grande na utilização dos automóveis. Enquanto nos Estados Unidos as famílias já usam automóveis há seis ou sete gerações, há países em que as pessoas estão em busca do primeiro carro. É o caso, por exemplo, da Índia, onde o automóvel começa a ganhar espaços nas ruas entre formas primitivas de transporte, como os riquixás. Na China, as vendas anuais de automóveis estão na faixa de 25 milhões a 26 milhões de unidades, man-

“A velocidade das transformações na indústria automotiva é absurda”

FRED CARVALHO

tendo aquecida a produção mundial de veículos, que gira em torno de 90 milhões de automóveis.

Outro questionamento que surge com frequência é se o motor à combustão será substituído pelo motor elétrico, em meio aos compromissos firmados por diferentes países com o objetivo de reduzir as emissões de poluentes. Os executivos do setor lembram que os motores à combustão evoluíram muito e que já há muitos modelos híbridos, que funcionam tanto a combustível como a eletricidade. O certo é que o carro elétrico não chegará com força total amanhã. No Brasil, por exemplo, os veículos elétricos representam 0,2% do total de automóveis vendidos, e ainda existem limitações enormes a serem transpostas, como a inexistência de uma rede de postos que permita um fácil reabastecimento.

Outra fronteira de desenvolvimento são os veículos autônomos. Os executivos da indústria automotiva consideram que houve um grande desenvolvimento tecnológico, que proporcionou conforto e segurança aos veículos. O que falta é resolver os riscos de acidentes que envolvem o motorista – que dorme ao volante, dirige alcoolizado, se distrai com o celular, entre outras falhas. O carro autônomo seria a solução para essa questão. Já rodam nas estradas do mundo todo muitos veículos semi-autônomos – que trafegam sem a participação do motorista em velocidades inferiores a 40 quilômetros por hora. Nessa frente de desenvolvimento, lembram os executivos, reside um dos desafios futuros das seguradoras: definir quem será responsabilizado em caso de acidentes. Além do motorista, no caso dos veículos autônomos têm relação direta com o funcionamento do veículo o fabricante do automóvel, o fabricante da antena que se conecta com o satélite e a operadora que oferece a internet, entre outros.

Preparando alunos para a vida

Para o secretário de Educação do Estado de São Paulo, José Renato Nalini, Projeto de Vida Segura “habilita o estudante a ser um adulto mais resistente”

Laçado em 26 de julho último, o “Projeto de Vida Segura” reuniu os esforços do Sindseg SP e do Sincor-SP e da Secretaria de Educação do Estado de São Paulo, em uma iniciativa que contribuirá para a formação de jovens na faixa etária entre 15 e 18 anos. O projeto compreendeu o desenvolvimento de uma plataforma tecnológica para celulares que permite que os jovens deem os primeiros passos em educação financeira. É dessa forma, jogando no celular, que os jovens podem simular o planejamento de sua vida, incluindo ações que abrangem a aquisição de bens, elaboração de planos de carreira, prevenção de acidentes e até mesmo opções de lazer. O projeto foi desenvolvido pelo educador Sadao Mori com base na Estratégia Nacional de Educação Financeira (ENEF) do Governo Federal. “Com esse projeto, vamos transformar as escolas e, principalmente, os alunos”, destacou o secretário de Educação do Estado de São Paulo, José Renato Nalini, na cerimônia de lançamento do projeto. Na entrevista a seguir, o secretário fala um pouco mais sobre a iniciativa.

NS – Como o sr. avalia o Projeto Vida Segura, do ponto de vista da formação dos alunos com idade entre 15 e 18 anos de idade, público-alvo desta iniciativa? Quais seriam os atributos do programa, considerando a educação e preparação dos jovens para a vida adulta?

SECRETÁRIO JOSÉ RENATO NALINI – É de fundamental importância propiciar ao alunado nessa faixa etária noções corretas sobre o comportamento a ser adotado para reduzir as potencialidades de danos derivados da natural incerteza sobre o que pode acontecer em nossa existência. Vive-se uma sociedade de risco, em que o inesperado costuma surpreender e atordoar as pessoas que não souberam se precaver. Se não é possível impedir ocorrências inesperadas, que todos sofreremos ao longo da vida, ao menos é possível nos prepararmos



Da esquerda para a direita, Fernando Simões, Mauro Batista, Secretário José Renato Nalini, Alexandre Camillo e Osmar Bertacini

para enfrentá-las. O projeto Vida Segura contribui para a formação integral do ser humano, habilita o estudante a ser um adulto mais resistente e a atravessar períodos difíceis, com ânimo e fortaleza hoje nem sempre lembrados no ensino, mais preocupado com a transmissão de informações, seguida de avaliação quantitativa de resultados.

NS – Gostaria de obter também sua avaliação a respeito da parceria firmada com o Sindseg SP no desenvolvimento e aplicação desse programa. Quais seriam as virtudes dessa combinação de esforços entre a Secretaria de Educação e o Sindseg SP?

SECRETÁRIO JOSÉ RENATO NALINI – A educação é direito de todos, mas dever do Estado e da família, em colaboração com a sociedade, conforme dispõe o artigo 205 da Constituição da República. O Estado de São Paulo investe mais de 30% de seu orçamento na rede pública. Mesmo assim, as demandas são superiores à capacidade de atendimento estatal, notadamente em períodos de crise. Por isso é que se mostra salutar que a sociedade assumira seu dever e suas responsabilidades diante desse projeto redentor da nação. A educação resolve todos

os problemas ou, ao menos, debilita as nefastas consequências que eles produziram, se não houvesse educação consistente e de qualidade. As vantagens da parceria residem na desconsideração do que é estritamente estatal, num tema em que todos devem estar conscientes e participar, pois a educação é questão supraestatal, suprarepublicana: é uma questão de assegurar o estágio civilizatório da Humanidade.

NS – Já é possível obter um balanço parcial da execução do programa até o presente momento? Quais são as expectativas em relação aos resultados para este ano e para 2018?

SECRETÁRIO JOSÉ RENATO NALINI – O projeto é recente e a percepção permite assegurar que foi bem recebido na rede de ensino e contou com a adesão dos principais interessados, os alunos. A expectativa é a de que ele se consolide, crie consciência securitária compatível com o avanço científico e tecnológico do setor, evidencie a relevância do tema e torne esta geração mais madura e preparada para o enfrentamento de desafios das quais ninguém consegue fugir enquanto habitar este planeta.

Sinais tímidos de retomada das vendas

Seguradoras recorrem à criatividade para enfrentar os efeitos da crise econômica

Um dos mais tradicionais produtos oferecidos nos balcões das seguradoras, o seguro auto vem registrando crescimento tímido em suas vendas neste ano, em comparação com desempenhos verificados em anos recentes de economia mais aquecida. De acordo com dados da edição de agosto último do estudo “Seguro no Estado de São Paulo”, desenvolvido pelo consultor Francisco Galiza para o Sindseg SP, as vendas de seguros de automóveis no Brasil apresentaram, no primeiro semestre deste ano, um crescimento de 6%, na comparação com o mesmo período de 2016. Na entrevista a seguir, o diretor-geral do Produto Automóvel da Porto Seguro, Luiz Pomarole, explica o comportamento do mercado deste produto, fala sobre suas expectativas para o curto e médio prazos e mostra como as seguradoras enfrentam os desafios impostos pela economia em crise:

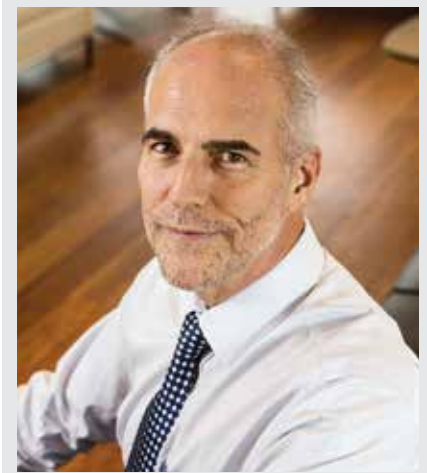
NS – Como tem se comportado o mercado de seguros auto neste ano? Quais são as expectativas em relação ao desempenho deste segmento para 2017?

LUIZ POMAROLE – São dois os pilares que influenciam a venda do seguro auto. O primeiro são as vendas da indústria automobilística. O oxigênio do seguro auto são as vendas de automóveis. Já são dois anos consecutivos em que a indústria automobilística

registra vendas muito baixas de veículos zero quilômetro. Nesse quadro, o seguro auto sofre junto. O segundo pilar é a crise econômica. Temos um total de 14 milhões de pessoas desempregadas que estão fazendo a revisão de suas prioridades. O seguro, infelizmente, não está entre os gêneros de primeira necessidade. Antes de abrirem mão de saúde, educação e alimentação, as famílias, na escala de prioridades, abrem mão do seguro.

NS – Quais são as expectativas em relação ao desempenho deste segmento em 2017?

LUIZ POMAROLE – Apesar desse quadro, temos de ser confiantes. Temos registrado uma queda dos níveis de inflação. Com a inflação mais baixa, o dinheiro das pessoas, das famílias, tende a sobrar um pouco mais, o que contribui para melhorar um pouco a situação. Se houver uma melhoria na questão do emprego, junto com um pouco mais de normalidade em relação à política e à economia, deveremos ter um aumento nas vendas de seguros auto. Mas não acredito que isso ocorra neste ano. Acho mais provável que fique para 2018. Existe, no entanto, um mercado gigantesco em potencial para o seguro de automóveis. Apenas 30% dos veículos são segurados. Precisamos ter criatividade para montar produtos que possam trazer os 70% dos carros que não possuem seguro para o nosso mercado.



LUIZ POMAROLE
DIRETOR-GERAL DO PRODUTO
AUTOMÓVEL DA PORTO SEGURO

NS – Quais têm sido as estratégias adotadas pelas empresas para enfrentar as condições conjunturais da economia brasileira?

LUIZ POMAROLE – Acho que temos que desenvolver produtos mais simplificados e voltados para as classes menos favorecidas. Podemos oferecer produtos parciais, que cobrem apenas roubo, por exemplo. Outra opção é criar seguros específicos para carros que já tenham rastreadores instalados, aproveitando o fato de muitas pessoas já usarem esses dispositivos em seus veículos. Podemos também oferecer produtos com formas de parcelamento do pagamento mais elásticas. Ao invés de a pessoa pagar em 4 ou 5 vezes, vai poder pagar em até 10 vezes, por exemplo.

RESSEGUROS

Dez anos de competição no Brasil

O mercado ressegurador comemora, em 2017, dez anos da sua abertura, proporcionada pelo fim de um monopólio de 70 anos exercido pelo Instituto de Resseguros do Brasil (IRB). São muitos os motivos para comemorar, como lembra Paulo Eduardo de Freitas Botti, diretor do Sindseg SP e diretor-presidente da resseguradora Terra Brasis. “Hoje temos no Brasil o equivalente a dois IRBs”, destaca Botti, referindo-se ao crescimento do volume de prêmios e de capital investido ao longo destes dez anos de abertura.

De um mercado de uma empresa só, o segmento ressegurador, no país, passou a contar com 16 companhias de resseguro locais e mais 60 grupos estrangeiros autorizados a operar no Brasil. “Os 40 maiores resseguradores do mundo estão autorizados a operar no Brasil”, destacou.

Botti considera que há desafios ainda a serem vencidos. Um deles é a tributação. “No sistema bancário, temos uma mesma tributação para todos os players, por exemplo. No caso do resseguro, como competimos com agentes internacionais, há uma diferença na tributação entre os players nacionais e os estrangeiros”, diz Botti. Segundo ele, uma alternativa para amenizar esse problema seria reduzir o tributo de receitas e prêmios obtidos no exterior por empresas brasileiras. “Dessa forma, não se reduziria a arrecadação já existente”, complementa.

Se não é seguro não é seguro

João Carlos, um brasileiro normal, na faixa dos 30 anos, com profissão reconhecida, emprego garantido, renda mensal razoável – ou boa, se levarmos em conta os dias atuais –, tem um contraparente que é irmão da namorada de um cidadão que tem uma “cooperativa” que faz seguro de carro pela metade do preço de uma seguradora.

Todo mundo que fez “seguro” lá se deu bem, economizou uma grana e ficou bem protegido, com a “segurança econômica” da “cooperativa” garantindo a indenização no caso de acontecer alguma coisa com seu carro. Neste cenário, depois de conversar muito com vários amigos e conhecidos que aconselharam João Carlos a seguir os passos de tantas pessoas espertas que enjoaram de pagar seguro para seguradoras caras, nosso herói se decidiu e, na hora da renovação do seguro, em vez de fazer a nova apólice com seu corretor de muitos anos, foi na conversa do povo e contratou a garantia do seu automóvel com o tal contraparente que tinha ligação direta com a “cooperativa”.

Maravilha, pagou menos da metade do preço do seguro. Motivo mais do que válido para comemorar, o que ele fez na semana seguinte, bebendo chope com os amigos. Foi aí que alguém interessado em seguir seus passos, mas mais cauteloso, perguntou qual era a garantia para danos a terceiros. João Carlos não sabia, mas conversaria com o contraparente para se informar e passar os valores para o amigo.

Telefonema dado, veio a surpresa. Não tinha cobertura para terceiro, era só o carro



Brasileiro “esperto” quer a cooperativa; quem pensa duas vezes, escolhe a seguradora

ANTONIO PENTEADO MENDONÇA

que estava “segurado”. Como assim? Exatamente assim. A “cooperativa” não dava cobertura para danos a terceiros, só o carro era protegido. João Carlos tentou reclamar, mas

o contraparente colocou na linha um “especialista” que explicou que com a economia no preço do seguro, se precisasse, depois de um tempo ele teria grana suficiente para pagar uma eventual indenização.

Na semana seguinte, João Carlos entrou com seu automóvel num lindo carro importado, amassou a porta da frente e o para-lama, que, ao amassar, levou junto o para-choque. Aí ele descobriu que o barato pode sair caro. Sem cobertura para danos a terceiros, João Carlos teria que arcar com o conserto do carro importado. Mas isso foi só o começo. Ao avisar a “cooperativa” sobre a batida, descobriu que eles não pagariam a indenização. Que o chefe da “cooperativa” estava fora, sem data para voltar, e só ele poderia autorizar o conserto...

Essa história é mentirinha, mas quantos casos semelhantes acontecem todos os dias neste país de gente esperta? Quantos brasileiros estão caindo no golpe da “cooperativa” ou da associação de proteção veicular? Quantos descobrem da forma mais dura que o barato pode custar caro?

Seguro não é caro porque a seguradora quer cobrar caro. Seguro é caro porque a empresa precisa de capital mínimo, reservas para garantir suas responsabilidades e, dependendo do ramo, a sinistralidade é alta. A diferença entre a seguradora e a “cooperativa” é que uma segue a cartilha e a outra vende sem se preocupar com o dia de amanhã.

Brasileiro esperto vai preferir a “cooperativa”. Quem pensa duas vezes, vai escolher a seguradora e receber sua indenização no caso de um sinistro.

PREVENÇÃO

Sindseg SP e Sincor-SP participam da Semana Nacional do Trânsito

O Sindseg SP e o Sincor-SP, em parceria com a ONG Picadeiro do Asfalto, participaram ativamente da Semana Nacional do Trânsito, comemorada entre os dias 18 e 25 de setembro, realizando ações educativas. A campanha tem o objetivo de conscientizar a população sobre os números alarmantes de acidentes de trânsito no Brasil. Morrem nas ruas e estradas do país cerca de 50 mil pessoas por ano. As ações foram realizadas em Ribeirão Preto (18/09), Barretos (19/09), Guarulhos (20/09), zona norte de São Paulo (21/09), Osasco (22/09) e novamente em São Paulo, mas agora no centro da cidade (25/9). As ações buscam educar a população sobre como dirigir e evitar acidentes. Para isso, se valem de pessoas fantasiadas de super-heróis e palhaços para atuar nas ruas, em estações de metrô e em bares, mostrando que muitos acidentes podem e devem ser evitados.