

BEM Seguro

Ano X • edição 10 • 2023

UMA PUBLICAÇÃO
sindsegsc
Sindicato das Seguradoras



AS OPORTUNIDADES DO SETOR E O FORTALECIMENTO DA CULTURA DO SEGURO

Diretor-presidente da CNseg, Dyogo Oliveira fala sobre oportunidades do setor

Oliveira comenta expectativa para o futuro e criação do Plano de Desenvolvimento do Mercado de Seguros - pág. 5

Inteligência Artificial no mercado de seguros: o futuro chegou em 2023

Seguradoras que souberem “surfar a onda” podem transformar negócios - pág. 6

A estratégia de vendas que pode impulsionar lucros e fidelizar clientes

Cross-selling é prática altamente recomendada no mercado de seguros - pág. 9

ACOMPANHE NOSSAS REDES SOCIAIS

Fique por dentro das novidades do SindsegSC



@sindsegsc



Sindsegsc.org.br



Canal SindsegSC



/SindsegSC



SindsegSC

Chegamos a 2023 mais resilientes, após enfrentarmos um cenário desafiador de pandemia. Neste tempo, avançamos ainda mais no uso da tecnologia para facilitar nossas vidas. No SindsegSC, caminhamos rumo aos 100 anos com diversas ações desenvolvidas e campanhas sociais em atividade, demonstrando nosso compromisso com a sociedade e com o mercado de seguros. Nesta edição da Revista Bem Seguro, abordamos os desafios e oportunidades do momento em que vivemos, com a participação de importantes nomes do setor. Com esta publicação, buscamos disseminar ainda mais a cultura de seguros no nosso estado e proporcionar informações valiosas aos nossos leitores. Na 10ª edição, tratamos do avanço da Inteligência Artificial no setor, da gestão do tempo no trabalho, das atividades desenvolvidas pelo Sindicato, e, junto aos Grupos de Trabalho, selecionamos diversos temas relevantes da atualidade no mercado de seguros. Agradeço pela participação de todos que colaboraram para a produção desta edição da revista e desejo uma ótima leitura!

João Fazio Amato Neto

Presidente SindsegSC

Gestão 2022-2025

EXPEDIENTE

Presidente: João Fazio Amato Neto.

Vice-presidente: Rodrigo Chavantes.

Diretores: Salete Monteiro, Jean Carlos dos Santos.

Conselho Fiscal: Fabricio Cardozo, Leonardo Egert, Adilson José Doraszenzi.

Suplentes do Conselho Fiscal: Diego Alberto Gassenferth, Richard Jean Coelho, Julio Pereira de Noronha.

Conselho Editorial: João Fazio Amato Neto, Siméia Heleodoro.

Convidados: Carolina Schrubbe, Christian Falaster, D.J. Castro, Dyogo Oliveira, Felipe Carvalho, Joaquim Neto, Roberto Santos, Rogério Araújo.

Jornalista Responsável: Cristiane Soethe Zimmermann JP 01819.

Redação: Giulia Machado/Presse Comunicação.

Projeto Gráfico e Diagramação: LMCO Comunicação.

As matérias assinadas e artigos são de responsabilidade dos autores. As matérias publicadas nesta edição podem ser reproduzidas desde que identificada a fonte.

Contato: Rua XV de Novembro, 550 Sala 1001, Centro Blumenau/SC

Fone: (47) 3322-6067
www.sindsegsc.org.br
secretaria@sindsegsc.org.br
assessoria@sindsegsc.org.br

4 "Tecnologia possibilitou democratização do acesso ao seguro", diz Roberto Santos, presidente do conselho diretor da CNseg

5 Diretor-presidente da CNseg, Dyogo Oliveira fala sobre oportunidades do setor

9 A estratégia de vendas que pode impulsionar lucros e fidelizar clientes

10 Por que pensar no futuro é essencial para as pequenas empresas

18 SindsegSC se aproxima dos 100 anos com o objetivo de fortalecer a cultura do seguro em Santa Catarina

20 SindsegSC arrecada doações em campanhas sociais

24 A população envelhece... e o seguro saúde se torna cada vez mais importante

26 Colaboração entre empresas potencializa mercado de previdência privada em Santa Catarina

“TECNOLOGIA POSSIBILITOU DEMOCRATIZAÇÃO DO ACESSO AO SEGURO”, DIZ ROBERTO SANTOS, PRESIDENTE DO CONSELHO DIRETOR DA CNSEG

Executivo, que também atua como CEO da Porto, assumiu o cargo na Confederação em 2022.



ROBERTO SANTOS | FOTO: DIVULGAÇÃO

Para Roberto Santos, presidente do conselho diretor da Confederação Nacional das Seguradoras (CNseg), a tecnologia possibilitou a democratização do acesso ao seguro, que anteriormente era visto como um serviço pouco acessível. Ele vê a tecnologia como um ponto de investimento para proporcionar um atendimento mais ágil e eficiente.

“As expectativas dos clientes evoluem, e as seguradoras precisam se reinventar para buscar inovação em seus produtos. Com os avanços tecnológicos, o consumidor, que antes precisava comparecer presencialmente para fechar contratos, passou a fazer tudo de forma remota, o que trouxe diversas facilidades para ambos os lados”, afirma.

Roberto Santos assumiu o cargo na CNseg em abril de 2022, e atuou em um momento em que o mercado de seguros ainda era afetado pelo cenário da pandemia, mas em que também houve um aumento na adesão desse produto no Brasil.

De acordo com a entidade, os brasileiros contrataram mais seguros para proteger patrimônios, vida e renda naquele ano, com uma expansão de 11,9% em comparação a 2021.

Santos acredita que a excelência no atendimento ao cliente segue sendo fundamental no mercado e reforça a importância dos corretores de seguros. “A tecnologia muda somente a forma como o atendimento acontece. Os corretores se mantêm como peça-chave para impulsionar o negócio, utilizando novas ferramentas tecnológicas para prestar consultoria aos segurados. Isso faz toda a diferença na experiência do cliente, traz credibilidade e conforto para quem está em busca de opções de seguros”, complementa.

Tendências para o futuro

O executivo acredita que a Inteligência Artificial tem sido uma forte aliada do setor de seguros, pois possibilita oferecer um atendimento mais eficiente com auxílio de chatbots inteligentes, que podem ser utilizados para apresentar os tipos de serviços, planos, fazer cotações, fechar contratos, registro de sinistros, entre outros.

“A integração com essa área facilita a vida do cliente e do corretor, deixando todos os processos mais ágeis”, comenta. Segundo ele, os seguros acompanham a evolução dos itens que as pessoas passam a adquirir. Nesse sentido, seguros para celulares, carros híbridos e elétricos têm tendência de crescimento.

DIRETOR-PRESIDENTE DA CNSEG, DYOGO OLIVEIRA FALA SOBRE OPORTUNIDADES DO SETOR

Mestre em Ciências Econômicas especializado em Políticas Públicas e Gestão Governamental, Dyogo Oliveira assumiu o cargo de diretor-presidente na CNseg em 2022, ao lado de Roberto Santos, presidente do conselho diretor da entidade.

À Revista Bem Seguro, Oliveira fala sobre as oportunidades do setor, a expectativa para os próximos anos e comenta sobre a criação do Plano de Desenvolvimento do Mercado de Seguros, do qual ele participou.

Revista Bem Seguro: Quais são as oportunidades de desenvolvimento na área de seguros?

Oliveira - A demanda pelos produtos do setor segurador cresceu mais de 16%, com R\$ 355 bilhões arrecadados, sem considerar a saúde suplementar e danos pessoais causados por veículos automotores de via terrestre (DPVAT), no ano passado. No entanto, ainda há grande potencial para que essa proteção alcance ainda mais pessoas e empresas.

Para se ter uma ideia, atualmente, somente 30% da frota nacional de veículos é segurada. Apenas 14% dos lares contam com seguro residencial, e apenas 13% da população economicamente ativa tem previdência privada.

RBS: Quais são os desafios do Plano de Desenvolvimento do Mercado de Seguros?

Oliveira - Lançamos recentemente o Plano com metas claras e propostas de mudanças para o ecossistema, que impactarão no desenvolvimento sustentável do setor e, consequentemente, na sociedade brasileira. No plano, definimos quatro eixos de trabalho, que são: imagem do seguro, canais de distribuição, produtos e eficiência regulatória. Eles foram divididos em 65 iniciativas, que irão balizar as ações nesta indústria de 2023 a



DYOGO OLIVEIRA | FOTO: CRISTIANO MARIZ

2030, tanto no âmbito do setor público quanto no do privado.

Vamos aumentar a parcela da população atendida em 20% pelos diversos produtos do mercado de seguros, previdência aberta, saúde suplementar e capitalização. Além disso, o pagamento de indenizações, benefícios, sorteios, resgates e despesas médicas e odontológicas passará dos atuais 4,6% do PIB para 6,5%.

RBS: Como você vê o setor nos próximos anos?

Oliveira - Estamos otimistas. Para esse ano, o PIB deve alcançar 2,2% de expansão. Nossas projeções demonstram que a arrecadação do mercado segurador vai crescer 10% em 2023, já incluindo a parte de saúde. A previdência privada deve puxar esse crescimento do setor. A Família Vida Gerador de Benefícios Livre (VGBL), sem saúde suplementar, pode ser responsável por 37% do avanço. Mas, a saúde suplementar pode ser o motor, com uma fatia de 37,6% do avanço do setor esse ano. O volume de arrecadação desses dois grupos pesa muito no total do setor.

INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL NO MERCADO DE SEGUROS: O FUTURO CHEGOU EM 2023

Estrategista aponta que as seguradoras que souberem “surfar a onda” podem transformar negócios e multiplicar resultados.

O ano de 2023 já começou com o assunto Inteligência Artificial (IA) em alta devido ao lançamento do ChatGPT, um gerador de respostas que utiliza essa tecnologia. A partir de agora, a IA deve ter cada vez mais impacto nos negócios. O estrategista de marcas D.J. Castro, da Nexia Branding, afirma que as empresas de seguros que aproveitarem a oportunidade e “surfarem essa onda” podem obter melhores resultados.

“Depois de anos em que afirmamos que a Inteligência Artificial era tendência e deveria ser acompanhada de perto pelos gestores, 2023 é definitivamente o ano em que o machine learning (aprendizado de máquina) e a IA ficam disponíveis de maneira ampla para o público e passam a fazer parte obrigatória das estratégias de inovação nas empresas. Não dá mais para ficar para trás”, aconselha.

D.J. afirma que o mercado começa a acelerar rapidamente, e irão surgir soluções dos mais diversos modelos. “Como em todo tipo de explosão tecnológica, nem todas as empresas criadas vão sobreviver, mas as soluções mais efetivas serão adotadas”, diz.

A IA já é utilizada no mercado de seguros por algumas empresas, principalmente para modelagem de cenários, cálculo de riscos, pesquisa de dados e automação de processos. Além dessas áreas, segundo D.J., a detecção de fraudes é um campo que pode ser beneficiado nas seguradoras.



D.J. CASTRO | FOTO: DANIEL ZIMMERMANN

Ele explica que os sistemas de machine learning conseguem analisar padrões com muito mais eficiência que os humanos e apontar possíveis fraudes com mais precisão, desde que sejam bem treinados.

De acordo com o estrategista, os sistemas de IA integrados podem ajudar a orientar processos de decisão, seja no desenvolvimento de um produto ou no atendimento a um cliente, oferecendo cenários possíveis a partir dos dados que já estão no sistema.

“A IA pode facilitar a vida dos operadores de seguro ao ajudar a organizar os dados que, em uma primeira análise, podem estar desestruturados. Algoritmos de machine learning serão fundamentais para organizar grandes volumes e aumentar a eficiência das operações, reduzir custos e evitar erros”, explica.

O QUE ESPERAR DO FUTURO?

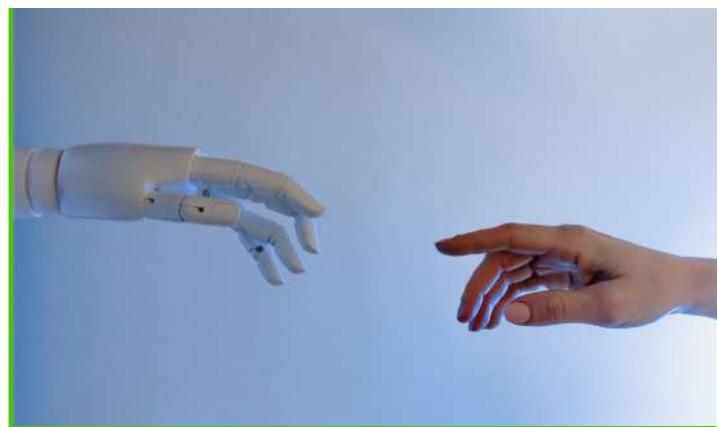
Uma das preocupações quando o assunto é Inteligência Artificial é a possibilidade de sistemas com essa tecnologia suprimirem em massa a mão de obra humana. Nos últimos anos, a questão tem sido discutida por autores como Yuval Noah Harari, que problematiza o assunto em seu livro “21 lições para o século 21”. D.J. Castro argumenta que as pessoas não serão substituídas pela IA, mas sim por profissionais que souberem usá-la de forma eficiente.

“É com a fusão entre sistemas de IA bem estruturados e implementados com a gestão humana de pessoas qualificadas que as seguradoras e empresas do segmento terão um salto qualitativo”, aponta.

Segundo ele, as empresas do setor de seguros que investirem em sistemas de IA de forma consistente poderão aumentar a qualidade geral de sua oferta ao mercado, ajudando a gerenciar melhor os riscos, diminuindo custos e aumentando a eficiência.

“Estamos verdadeiramente no início de uma grande mudança de paradigma na gestão tecnológica das empresas do setor de seguros”, determina.

O mercado global de Inteligência Artificial foi estimado em 86,9 bilhões de dólares em 2022, de acordo com pesquisa da Markets and Markets. A estimativa da companhia é que esse número chegue a 407 bilhões de dólares em 2027, com uma taxa de crescimento anual composta de 36,2%. Os números e especialistas são unâimes em indicar que as empresas devem — o quanto antes — treinar seus profissionais e utilizar essa tecnologia em benefício dos seus negócios.



O que é machine learning?

Machine learning ou aprendizado de máquina é uma subárea da Inteligência Artificial em que um sistema computacional aprende a partir de dados, em vez de ser programado para fazer tarefas específicas.

O objetivo é criar modelos que possam identificar padrões e relações em grandes volumes de dados, e que possam ser usados para fazer previsões ou tomar decisões.

Como é desenvolvido um sistema de IA?

A criação de um sistema de Inteligência Artificial normalmente envolve as seguintes etapas:

- Coleta de dados: Uma grande quantidade de dados é coletada para treinar o sistema;
- Pré-processamento de dados: Os dados são organizados para que possam ser usados pelo programa de IA;
- Treinamento: O sistema é treinado usando algoritmos de aprendizado de máquina para aprender a reconhecer padrões e fazer tarefas;
- Avaliação: O sistema é avaliado para determinar sua precisão e eficácia na execução de tarefas;
- Implementação: O sistema é implementado para uso em um ambiente real.

O SOCIAL COMMERCE E A IMPORTÂNCIA DE MANTER UMA PRESENÇA DIGITAL

Pesquisa recente mostra forte tendência de decisão de compra e consumo pelas redes sociais.

As redes sociais são como uma vitrine digital de um negócio e seus produtos. O conceito serve para todos os segmentos, e não é diferente no universo dos seguros. Uma pesquisa feita pela Opinion Box, encomendada pela All In no início de 2023, mostra que 74% dos consumidores no Brasil usam redes sociais para pesquisar produtos e fazer compras.

A pesquisa ainda expõe que uma porcentagem significativa de consumidores (26%) concorda totalmente que deixaria de comprar com uma empresa que não tem presença ativa nas redes sociais. Além disso, outros 17% concordam parcialmente com essa afirmação. Ou seja: o risco de perder clientes por falta de presença digital é relevante, e não deve ser ignorado pelas empresas.

A rede social mais usada para pesquisa de produto é o Instagram, com 72% de uso. Quando questionados sobre o porquê de utilizarem as redes sociais, a maioria (62%) respondeu que o faz para ter acesso à avaliação de outros clientes. Esse movimento demonstra a importância de não apenas manter o canal, mas utilizar estratégias que possam engajar o público.

Nilton Domingos Januário, membro do Grupo de Trabalho Capital do SindsegSC, vê no digital uma ferramenta barata, acessível e cada vez mais presente na escolha dos consumidores.

"No mundo atual, a grande avenida para você expor sua marca ou vender seus serviços e produtos é o mundo digital. Portanto, é fundamental que as empresas que vendem seguros estejam com sua marca presente neste universo", comenta.

Você sabe o que é social commerce?

O social commerce acontece quando a venda se dá através de uma rede social, e não de um site da internet. Uma empresa pode publicar sobre um produto e atrair os clientes para um outro canal de atendimento, onde efetua a venda, ou pode vender pela própria rede social, sem que o cliente saia do aplicativo.

Por onde começar?

Algumas dicas práticas para a produção de conteúdo no segmento de seguros são:

- Crie conteúdo informativo: Mostre as modalidades de seguros que você oferece, dê dicas sobre como escolher o produto adequado, informe os riscos de ficar sem seguro;
- Compartilhe depoimentos: Publique as avaliações de clientes satisfeitos para mostrar o valor dos seus serviços;
- Use hashtags relevantes: Por exemplo, se você vende seguros de carro, use hashtags como #seguroautomóvel e #segurodecorro;
- Invista em conhecimento sobre o tema por meio de pesquisa ou cursos on-line.

A ESTRATÉGIA DE VENDAS QUE PODE IMPULSIONAR LUCROS E FIDELIZAR CLIENTES

Cross-selling é prática altamente recomendada no mercado de seguros.

Qual vendedor não gostaria de potencializar lucros e fidelizar clientes, não é mesmo? Uma das estratégias que pode ser usada para alcançar esses objetivos é o cross-selling. Do português venda cruzada, a prática é altamente recomendada no mercado de seguros e pode garantir maior rentabilidade ao corretor.

O cross-selling consiste em oferecer ao cliente um produto complementar àquele que ele adquiriu. A atividade pode gerar um aumento significativo nas receitas, além de aumentar a eficiência dos produtos vendidos, a satisfação e retenção de clientes e reduzir o custo de aquisição de novos compradores. Na área de seguros, o corretor é o profissional que mais pode se beneficiar com a prática.

Uma pesquisa publicada no livro Marketing Metrics aponta que a probabilidade de vender para potenciais clientes é de 5% a 20%, enquanto a probabilidade de vender para um cliente já existente é de 60% a 70%.

Nilton Domingos Januário, do Grupo de Trabalho Capital do SindsegSC, acredita que é muito mais barato vender para alguém que já compra da sua empresa. Ele afirma que deixar de oferecer outros produtos para o mesmo cliente pode representar um risco, já que abre espaço para o concorrente minar a fidelidade do cliente com a sua empresa.

Como pôr em prática?

Segundo artigo publicado pela Atlântico Business School, de Portugal, a maneira ideal de fazer cross-selling é se posicionar como um conselheiro de confiança do cliente. Dessa forma, ambas as partes — vendedor e comprador — saem ganhando.

Na hora de decidir qual produto oferecer, é importante que as sugestões sejam relevantes, além de serem feitas no momento ideal. Para isso é preciso conhecer bem o cliente e prestar atenção às suas necessidades. Tentar vender produtos adicionais muito cedo pode colocar em perigo a compra inicial, portanto, a venda cruzada deve ser feita após a primeira compra ter sido efetuada.

Por fim, a tecnologia pode ser uma aliada na hora de pôr o cross-selling em prática. Uma pesquisa produzida pela Opinion Box e a All In indica que 44% dos consumidores se interessam pela compra a partir de ofertas que recebem no WhatsApp. Os clientes ainda reforçam a importância de receber um atendimento humanizado e individual do vendedor pelo aplicativo.



POR QUE PENSAR NO FUTURO É ESSENCIAL PARA AS PEQUENAS EMPRESAS

Microempresas em Santa Catarina são a maioria dos estabelecimentos no estado.



As microempresas em Santa Catarina correspondem a 89% do total de estabelecimentos no estado, de acordo com o Ministério do Trabalho e Previdência. O dado levanta um alerta para a importância de pensar no futuro desses negócios, já que o processo de sucessão pode ser um desafio para a gestão, especialmente nas empresas familiares.

Segundo o professor da Furb que também leciona na Kelley School of Business da Universidade de Indiana (EUA), Christian Falaster, as evidências científicas apontam que empreendedores que planejam mais tendem a ter melhores resultados e menores chances de precisar interromper as atividades.

"Existem apenas algumas possibilidades para o futuro da empresa. Ela pode continuar com a gestão familiar, pode contratar gestores externos à família para dirigi-la, ou o empresário pode se desfazer da empresa vendendo ou até mesmo a extinguindo. É preciso pensar nessas possibilidades. Como você quer que seja o futuro da sua empresa?", questiona.

Os números mostram que o cenário do mercado de seguros segue a mesma linha do mercado brasileiro em geral. De acordo com a Federação Nacional dos Corretores de Seguros Privados e de Resseguros (Fenacor), de todos os corretores de seguros atuantes no Brasil, 37% são pessoas jurídicas e 62% são pessoas físicas, ou seja, são autônomos.

No caso das pequenas corretoras de seguro, existem várias atribuições no dia a dia, como a prospecção de clientes, atendimento aos clientes já existentes, cotações e fechamento dos negócios com as seguradoras, agendamento de vistoria, além de outros processos, como a contabilidade da empresa, lançamento de despesas e pagamentos de impostos, entre outros. Nesse cenário, pode-se tornar difícil encontrar tempo para planejar os rumos que o negócio vai tomar no futuro.

Uma pesquisa global da PwC aponta que mais de 72% das empresas familiares não têm sucessão definida para cargos importantes relacionados à gestão.

Falaster explica que estabelecer uma data para a sucessão pode facilitar o processo, pois reduz as incertezas. Uma estratégia é definir um momento para se afastar parcialmente e outro para se afastar totalmente da empresa, o que torna a transição mais tranquila.

O foco no crescimento do negócio também é uma questão que precisa de atenção. "Mais funcionários na empresa representam uma vantagem competitiva em relação aos seus concorrentes. Crescer pode ser custoso para a empresa, mas traz consigo a possibilidade de ser melhor que a concorrência", afirma Falaster.

Investimento em conhecimento é a chave

No mercado de seguros, os treinamentos oferecidos por empresas do setor têm muito a contribuir para a prosperidade dos negócios e o processo de venda dos produtos. O cenário atual é de constante transformação, o que reforça a importância dos profissionais da área permanecerem atualizados.



Tiago Nascimento, profissional responsável pela pasta institucional do Grupo de Trabalho Norte do SindsegSC, acredita que os treinamentos oferecidos pelas seguradoras são essenciais para que os corretores aprimorem e reciclem conhecimentos, troquem experiências e, principalmente, aumentem o rendimento e performance nas vendas.

A profissional responsável pela pasta educacional do GT Norte, Janaina Ulbrich, afirma que os treinamentos fazem com que o corretor se sinta mais seguro quando surge algum questionamento do cliente no momento da venda.

Elá ainda reforça que podem ocorrer alterações nos produtos, e é necessário repassar essas informações aos clientes.

Patricia Priscila Ribeiro, profissional responsável pela pasta comunicacional, concorda e afirma que as corretores atingem melhores resultados quando buscam conhecimento junto às seguradoras. “O mercado é muito dinâmico e diariamente ocorrem mudanças e melhorias, por esse motivo são tão recorrentes os treinamentos.

As atualizações de produtos e

serviços das seguradoras precisam acompanhar a constante evolução do mercado”, completa.

Para Tiago, os treinamentos permitem que os profissionais do ramo possam ofertar produtos e soluções de forma consultiva aos segurados, o que acontece quando o vendedor age também como consultor e comprehende as necessidades reais do cliente antes de oferecer produtos.

“A educação é um recurso e deve ser levada a sério, pois seus concorrentes também investirão nela. Você não quer ficar atrás da concorrência”, finaliza Falaster.

Você tem feito cross-selling?

O cross-selling ou venda cruzada, ocorre quando o vendedor oferece um produto complementar àquele que o cliente comprou. A prática é altamente recomendada pelas seguradoras e traz maior rentabilidade aos corretores. Além dos melhores resultados financeiros, os benefícios incluem maior satisfação do cliente, fortalecimento do relacionamento e fidelidade do consumidor. Por outro lado, esquecer-se do cross-selling pode ter um preço alto: ao não oferecer produtos adicionais, o vendedor abre uma brecha para que outras instituições abocanhem sua fatia de mercado e levem o cliente com elas, tomando até mesmo aquele produto que ele antes liderava.

O PAPEL DO GERENCIAMENTO DE RISCO NA PREVENÇÃO DE PERDAS EM EMPRESAS

Profissionais de seguros reforçam a importância de conhecer a atividade do cliente em profundidade.

No ramo de seguros para empresas, o gerenciamento de risco se refere às práticas usadas para evitar os impactos de um sinistro. O cenário ideal é que um imprevisto ou acidente não ocorra, mesmo com o local segurado. Para isso, é preciso pensar em formas de diminuir o que possa representar perigo. Mas por que isso é tão importante?

Claирton Schein, coordenador do Grupo de Trabalho Oeste, explica que ao ocorrer um sinistro o empresário corre o risco de perder sua fatia de mercado. Isso acontece porque o concorrente assume o cliente da empresa que estiver parada para reconstrução. "Se ficar dois ou três meses com a empresa sem atividade, pode perder o market share (cota de mercado). Hoje em dia o mercado é dinâmico, o concorrente entra e toma espaço", afirma.

É preciso também pensar na proteção da marca. Uma empresa pode perder valor em meio a um acidente em que a sede ou uma filial é destruída. Os prejuízos podem ir além da questão financeira e do patrimônio, e atingir também o valor da marca no mercado.

Mas, como melhorar a qualidade do risco? Uma forma de diminuir recusas de seguradoras é ter um plano periódico de manutenções em equipamentos essenciais para o funcionamento da empresa e manter em dia os sistemas de proteção como extintores, hidrantes, detectores de fumaça e sprinklers

Também é importante lembrar da necessidade de treinamento para usar esses sistemas.

Conforme a atividade e os materiais manipulados pela empresa, pode haver ainda a necessidade de formação de uma brigada contra incêndio.

Se nos primeiros minutos de um princípio de incêndio não houver uma efetiva tentativa de combatê-lo, os prejuízos fatalmente serão totais.

Franciele Cristina Guerra, membro do GT, explica que um local com fiação aparente, luminárias muito próximas ao estoque ou caixas empilhadas próximas de luminárias são fatores que podem levar a seguradora a pedir mudanças na estrutura. Em resumo, é preciso estar atento a qualquer situação que possa gerar risco.

Para melhorar esse risco, o corretor precisa ter conhecimento pleno da atividade do cliente. Visitas presenciais são uma opção para conferir as condições do local a ser segurado. Quando não for possível, pode-se solicitar que o cliente envie fotos ou vídeos pelo WhatsApp.

Mesmo no caso de renovações, em que o local já havia sido inspecionado, é importante conferir se houve mudanças significativas desde o último contrato. Em poucos meses uma estrutura pode se deteriorar, ou atividades podem ser trocadas de sala dentro de uma empresa.

Há ainda uma recompensa na instalação dos protecionais, segundo Marcelo Lunardelli, responsável pela pasta comunicacional do GT.

Um local com uma boa qualidade de risco pode até mesmo contribuir para um menor custo do seguro e franquias mais baixas. Lunardelli reforça que os protecionais precisam ser vistos como investimento, e não como despesa. "Para que o mercado segurador tenha menos recusas, é preciso ser feito um trabalho prévio", salienta.

Muitas vezes o próprio empresário não tem conhecimento sobre a diferença entre um alvará do Corpo de Bombeiros, que libera o

local para funcionamento, e um risco aceito pela seguradora.

Mas, a função exercida pela empresa de seguros difere daquela desempenhada por outros profissionais.

"Bombeiro protege a vida. Pelo patrimônio é o empresário e a seguradora que têm o dever de zelar", resume Henrique Soetbeer, profissional responsável pela pasta educacional do GT Oeste. Portanto, o investimento em protecionais de risco é essencial para a saúde do negócio.

O que é cláusula de rateio? Entenda a importância de mensurar o risco real

A cláusula de rateio norteia todos os seguros empresariais, de danos a propriedades, e estabelece que o segurado participará proporcionalmente dos prejuízos, da parte correspondente à diferença entre o Valor em Risco Declarado no ato da contratação do seguro versus Valor em Risco Apurado no momento do sinistro.

Cada seguradora possui uma prática quanto à eventual isenção em virtude do valor em risco da empresa e da mesma forma quanto a uma variação mínima permitida entre o que foi declarado versus apurado.

O valor em risco de uma empresa é composto por diversos fatores. Em relação à estrutura física, é levado em consideração o prédio onde a empresa está instalada, incluindo não apenas a edificação em si, mas também seus anexos e instalações de força, luz e água, bem como tudo o que faz parte integrante de sua construção.

Além disso, também é considerado o conteúdo da empresa, que abrange os maquinismos, móveis, utensílios, equipamentos, instalações, mercadorias e matérias-primas, regularmente instaladas ou existentes no local de risco especificado na apólice.

Esses bens podem ser de propriedade própria da empresa ou de terceiros, mas são todos inerentes ao ramo de negócios do segurado.

Por exemplo: imagine que um empresário contrata um seguro no valor de R\$ 5 milhões para a sua empresa, mas o estabelecimento vale R\$ 10 milhões, ou seja, ele contratou somente 50% do valor total. Se houver um sinistro no valor de R\$ 2 milhões, o empresário vai receber somente R\$ 1 milhão.

Como o valor informado pela empresa (R\$ 5 milhões) é menor do que o valor do risco no momento do sinistro (R\$ 10 milhões), a cláusula do rateio será aplicada e o valor da indenização será decidido de acordo com a seguinte fórmula matemática:

$$\text{Indenização} = \text{Importância Segurada} / \text{Valor em Risco} \times \text{Prejuízo}$$

$$\text{Indenização} = \text{R\$ 5 milhões} / \text{R\$ 10 milhões} \times \text{R\$ 2 milhões}$$

$$\text{Indenização} = \text{R\$ 1 milhão}$$



DESASTRES NATURAIS EM SC REFORÇAM A IMPORTÂNCIA DE PROTEGER PATRIMÔNIO E VIDA

Estado está entre os que mais sofrem com catástrofes ambientais no país.

Santa Catarina está entre os estados que mais sofrem com desastres naturais no Brasil. A informação é de um levantamento do Conselho Regional de Engenharia e Agronomia do estado (CREA-SC). De todas as catástrofes que atingiram o país entre 1991 e 2010, mais de 12% foram em SC, estado que ocupa apenas 1,2% do território nacional.

As enxurradas e enchentes são responsáveis, sozinhas, por 32% das ocorrências no estado. Esses fenômenos têm grande potencial de acarretar perdas materiais e até mesmo mortes, com várias ocorrências do tipo registradas ao longo dos anos.

No caso do desastre de 2008, por exemplo, o custo das inundações em Santa Catarina foi estimado em R\$ 4,75 bilhões pelo Banco Mundial. Esse valor equivale a cerca de 2,67% do PIB estadual. Apenas no setor habitacional, os custos associados foram de R\$ 1,4 bilhão.

Por conta deste cenário, os seguros de vida e patrimônio são ainda mais relevantes no estado.

De acordo com a Confederação Nacional das Seguradoras (CNseg), mais de 11 milhões de residências estavam seguradas em 2022.

Matheus de Sousa, profissional responsável pela pasta institucional do Grupo de Trabalho Sul, acredita que o seguro residencial ainda é deixado de lado por falta de oferta e de entendimento do quanto "barato" é em relação à segurança e ao bem -estar que o produto proporciona.

Para ele, as seguradoras precisam estar cada vez mais atentas a tecnologias inovadoras para melhorar a gestão de riscos, com foco principalmente em políticas sustentáveis e que possam de alguma forma conscientizar a população a cuidar do meio ambiente.

"É preciso bonificar de alguma forma os segurados que pensam e tomam medidas que ajudem o meio ambiente, pois isso impacta diretamente na frequência destes eventos climáticos severos. Sinto falta também de campanhas de conscientização por parte de órgãos públicos informando o

quão importante é para a sociedade ter seus bens protegidos por uma apólice de seguro. Essa cultura precisa estar presente desde cedo nas escolas, pois nada mais é do que um excelente planejamento financeiro para as famílias", afirma.

No caso das empresas privadas, a paralisação das atividades por conta de um desastre natural pode afetar toda uma cadeia de pessoas, que, direta ou indiretamente dependem da produção, como colaboradores e familiares de colaboradores.

Sousa ressalta que ter um seguro patrimonial completo nas empresas é a certeza da continuidade dos negócios. "Dessa forma, a empresa permanece viva, e famílias não ficam desamparadas na ocorrência de uma severidade. Afinal, uma empresa que enfrenta danos que compromete a sua abertura e funcionamento, acaba por afetar todo o ecossistema ao seu redor", comenta.

Benefícios de estar segurado em caso de desastres

Um relatório de danos desenvolvido



GRUPO DE TRABALHO SUL

pelo Centro Universitário de Estudos e Pesquisas sobre Desastres (CEPED) da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) e consultores do Banco Mundial, aponta que entre 1995 e 2014 a soma total dos prejuízos privados decorrentes de desastres no estado foi de R\$ 11,3 bilhões.

Os benefícios de estar segurado neste cenário são vários: é possível evitar endividamentos ou grande perda financeira no caso de situações imprevistas, manter o padrão de vida após a perda do provedor da família, e até viver com mais tranquilidade. A contratação do seguro pode diminuir a ansiedade em épocas de maiores chances de desastres naturais, como o período em que as chuvas se intensificam, como ocorre na primavera em Santa Catarina.

Já os seguros de vida têm importância particular para as pessoas que têm dependentes financeiros, como filhos, cônjuges ou pais

idosos. O seguro traz proteção financeira vital em momentos de crise, e garante que os dependentes possam manter o padrão de vida que levavam antes de uma perda.

As pessoas têm se preocupado mais em se proteger de eventos inesperados, segundo a Federação Nacional de Previdência Privada e Vida (Fenaprevi).

Um estudo da instituição com dados da Superintendência de Seguros Privados (SUSEP), apontou que foram pagos R\$ 57,9 bilhões em prêmios diretos de seguros de pessoas em 2022. O número representa uma alta de 13,1% em relação ao ano anterior. Os seguros de vida, tanto individuais como coletivos, são 46% desse montante.

De acordo com a Fenaprevi, a alta segue uma tendência de crescimento de seguros do gênero, o que já é observado desde o início da pandemia no Brasil.

INCÊNDIOS EM EMPRESAS DE SANTA CATARINA ALERTAM PARA NECESSIDADE DOS SEGUROS PROPERTY

Perda financeira não vem apenas da estrutura que queimou, mas também do tempo que a organização permanece parada para reconstrução.

O ano de 2023 teve seu início marcado por incêndios de grandes proporções em empresas catarinenses. Houve ocorrências na indústria química, em galpão de fábrica de eletrodomésticos, além de uma casa noturna. Essas situações acendem um alerta para a importância de Seguros Property ou de propriedade, que protegem empresas de grande porte.

Luiz Gustavo Pacheco, profissional responsável pela pasta social do Grupo de Trabalho Vale do Itajaí, do SindsegSC, aconselha que as partes envolvidas na contratação do serviço de seguro conheçam o que é necessário para causar um incêndio.

“São três ingredientes: oxigênio, combustível e a fonte de calor. O que conseguimos controlar disso? A quantidade de combustível e a fonte de calor. Tudo que vai queimar é combustível, desde o estoque até uma cortina. As fontes de calor são tomadas e fiação exposta/-desprotegida”, exemplifica.

Para evitar que incêndios ocorram ou se alastrem, é preciso que os itens conhecidos como protecionais de risco estejam em dia. Como: extintores, brigada de incêndio treinada, detectores de fumaça, sprinklers, entre outros.

É importante que o corretor de seguros esteja atento a todos os protecionais de risco presentes na empresa, e reporte em detalhes para a seguradora. A conscientização do empresário também é indispensável. Essa troca de informações entre as partes interessadas pode até mesmo diminuir as chances de uma recusa do seguro.

Elis Moes, coordenadora do GT, ressalta a importância da atividade exercida pelo cliente ser bem analisada nesta modalidade de seguro, e exemplifica a indústria têxtil como uma das atividades com maior risco em relação à outras atividades. Dessa forma, o critério de avaliação da companhia é mais rigoroso.



Em Santa Catarina, cada região tem diferentes ramos da indústria com maior demanda de Seguro Property. No Oeste, o setor de agronegócio é forte, com grande quantidade de frigoríficos. No Vale do Itajaí existe um ecossistema têxtil, além da área da tecnologia. No Norte, além do têxtil, a metal mecânica predomina, e no Sul os grandes supermercados são uma parcela considerável dos clientes Property de seguradoras.

Seguro padronizado versus Property

O Seguro Property protege o patrimônio e as perdas financeiras de empresas com grande infraestrutura, e precisa ter o risco corretamente calculado. Cada seguradora define acima de qual valor considera que um seguro é Property.

No seguro padronizado, o corretor alimenta um sistema com informações do local, gera um cálculo e pode transmitir a proposta ao cliente naquele momento. Já no Property, é preciso uma análise individualizada, de cada caso. Esse tipo de seguro é analisado por um profissional da seguradora, que assume um compromisso por escrito.

Segundo Elis Moes, atualmente o sinistro vai além de paredes e mercadorias. O corretor de seguros olha também para os dias em que a empresa ficará sem atividade e se preocupa com o cumprimento de contratos de entrega que o cliente possui.

Quando uma empresa de grande porte não entrega um produto, pode parar toda uma cadeia de produção. A situação pode se tornar complexa, e esse cuidado parte da seguradora.

"A maior perda financeira das empresas não está mais vindo apenas da mercadoria e do prédio, mas sim dos dias parados. Já regulamos sinistros em que o valor do lucro cessante era até dez vezes maior do que aquele que foi indenizado de danos materiais", afirma Elis Moes.

Em alguns casos, existem até mesmo multas contratuais por não cumprir com o compromisso do fornecimento do produto. Por isso o Seguro Property é tão importante, já que é preciso honrar os contratos estabelecidos antes de uma situação imprevista acontecer.



Você sabe o que significa lucro cessante?

O lucro cessante se refere à perda de lucro que uma empresa sofre quando suas atividades têm que ser interrompidas. No caso da ocorrência de um sinistro, uma indústria, por exemplo, pode ter o faturamento freado por não conseguir produzir o seu produto e entregá-lo ao comprador.

SINDSEGSC SE APROXIMA DOS 100 ANOS COM OBJETIVO DE FORTALECER A CULTURA DO SEGURO EM SANTA CATARINA

Entidade comemora centenário em 2024 e espera ver uma sociedade segurada no futuro.



JOÃO AMATO

Com uma história que iniciou em agosto de 1924, o SindsegSC está próximo de comemorar 100 anos de idade. A data é um marco significativo na história da indústria de seguros do estado. Ao longo de um século de existência, o sindicato esteve presente e ajudou a moldar o segmento, trabalhando para estabelecer padrões de excelência e promover a inovação no setor.

A ocasião é de celebração das realizações passadas e foco no futuro.

Segundo o presidente da entidade, João Fazio Amato Neto, levar a cultura do seguro para todo o estado catarinense é um dos objetivos da entidade para o próximo ano.

“Penso que levar conhecimento sobre o seguro é de suma importância, pois o seguro é prevenção, é proteção e garante a continuidade de todo processo, seja familiar ou profissional”, afirma Amato.

O presidente avalia que a expectativa para o futuro é alta com os dados do Plano de Desenvolvimento

do Mercado de Seguros, lançado em março pela CNseg. Os objetivos do documento são aumentar em 20% a parcela da população atendida pelos produtos do mercado de seguros, previdência aberta, saúde suplementar e capitalização, e ampliar o pagamento de indenizações, benefícios, sorteios, resgates e despesas médicas e odontológicas de 4,6% para 6,5% do PIB. Dessa forma, como consequência, o setor deve atingir a marca de 10% do PIB até 2030.

“Já é vista uma constante linha de crescimento. O pagamento de indenizações, benefícios, resgates e sorteios (sem saúde e sem DPVAT), somou mais de R\$ 219,4 bilhões em 2022, volume 15,5% superior a 2021. É isso que esperamos do futuro, fazer com que a sociedade esteja protegida”, comenta.

Segundo Amato, o SindsegSC é uma entidade que representa e reúne as principais e mais expressivas seguradoras que, juntas, compartilham dos princípios éticos e dos valores voltados à livre iniciativa, ao empreendedorismo e ao desenvolvimento econômico, e da melhoria da qualidade de vida dos catarinenses.

“Toda ação do SindsegSC é debatida e criada na mesa diretiva. As ações são aprovadas pelas lideranças do quadro. Para a diretoria, promover ações que são de interesse da sociedade é estar alinhada com os objetivos de cada seguradora associada, às quais nós nos orgulhamos de representar”, explica Amato.

A diretora tesoureira da entidade, Salete

Monteiro, relembra as ações de conscientização promovidas pelo SindsegSC, como uma live transmitida neste ano sobre o sistema protetivo da mulher e uma parceria com a Associação do Corpo de Bombeiros Comunitários de Chapecó, além das campanhas de arrecadação em atividade.

"O SindsegSC busca estar sempre ativo para que a cultura do seguro chegue a todos com o objetivo de proteger mais vidas e patrimônios", afirma.

Atuação dos Grupos de Trabalho

Monteiro explica que o sindicato conta com cinco Grupos de Trabalho, os GTs Vale do Itajaí, Capital, Sul, Oeste e Norte. Os grupos contam com profissionais de diversas seguradoras que compartilham conhecimento e estendem as ações do SindsegSC para a região em que atuam. "Os Grupos de Trabalho são uma ótima ferramenta para o desenvolvimento de networking e fortalecem o relacionamento entre as nossas associadas", afirma.

Amato concorda, e acrescenta que os grupos de trabalho regionais têm trilhado caminhos com autoridades de segurança, abraçado causas institucionais e sociais e multiplicado ações de comunicação em cada região.

O SindsegSC comemora 100 anos em 2024 cumprindo com excelência a mesma missão do início da jornada: representar os interesses das empresas associadas, estimular o empreendedorismo na área e promover ações que desenvolvam o mercado segurador.



SALETE MONTEIRO | FOTO: DOUGLAS SEILER

História

A história do SindsegSC começou em 28 de agosto de 1924, em Curitiba. A entidade foi nomeada Comitê Mixto Paranaense e Santa Catharinense. Em 1926, foi transferida para Florianópolis. O sindicato foi reestruturado e veio para Blumenau em 1951, onde se encontra até hoje.

A entidade foi oficializada como sindicato em 1990, e passou a se chamar SindsegSC em 2004.

Desde a fundação, o sindicato tem trabalhado ao lado das seguradoras associadas para garantir que as melhores práticas sejam adotadas em toda a indústria. Nos últimos e nos próximos 100 anos, o SindsegSC deve continuar liderando o caminho na promoção dos interesses dos segurados.

SINDSEGSC ARRECADADA DOAÇÕES EM CAMPANHAS SOCIAIS

Lacre Solidário e Tampinha do Amor devem transformar vidas de pessoas com dificuldade de locomoção e animais que estão em abrigos.



O SindsegSC fará a diferença com duas campanhas sociais em atividade. O Lacre Solidário e a Tampinha do Amor vão auxiliar pessoas que precisam de cadeiras de rodas e a causa animal. Os recursos estão sendo obtidos através da arrecadação de materiais recicláveis, o que também colabora com o meio ambiente.

Pare para pensar: em um ano, quantas embalagens de bebidas com tampas plásticas ou lacres de alumínio você e sua família consumiram? Muitas, não é? As campanhas buscam mobilizar não apenas os profissionais do mercado de seguros de Santa Catarina, mas a população em geral.

Conheça melhor cada uma delas:

Lacre Solidário

A ação Lacre Solidário arrecada lacres de latas de alumínio, como de refrigerantes ou outras bebidas, para que sejam destinados para empresas que reciclam esses materiais.

O dinheiro será revertido para pessoas com dificuldade de locomoção e que não têm condições de comprar cadeiras de rodas. A cada 140 garrafas de dois litros cheias de lacres de alumínio, é possível adquirir um equipamento.

Tampinhas do Amor

As tampinhas de plástico são uma das fontes de renda de organizações de amparo animal, que cuidam de bichos que estavam na rua ou que foram retirados de suas casas por maus-tratos.

Os itens arrecadados serão vendidos para empresas que fazem a reciclagem desse material. Com o dinheiro, serão comprados sacos de ração e outros produtos necessários para os animais.

Responsabilidade Social do SindsegSC

As campanhas Lacre Solidário e Tampinha do Amor continuam ativas durante todo o ano de 2023. O ponto de coleta é a sede do SindsegSC, localizado na rua XV de Novembro, nº 550, sala 1001, em Blumenau.

Ações de responsabilidade social e ambiental como essas estão entre as atribuições do Sindicato e geram impacto positivo na população catarinense. Entre as iniciativas criadas nos últimos anos, destacam-se a arrecadação de agasalhos e itens de higiene pessoal, ações voltadas aos idosos, diversas campanhas de Natal e incentivos à doação de sangue.

SER MULTITAREFA NÃO GARANTE PRODUTIVIDADE, APONTA ESTUDO

Especialista dá dicas de como gerir o tempo no trabalho e encaixar os compromissos na agenda.



CAROLINA SCRUBBE | FOTO: PAM PASSOS

Inúmeras reuniões on-line, compromissos dentro e fora do escritório e questões importantes que precisam de resolução. É exatamente assim que se parece o dia de muitos profissionais. Pode ser um desafio conciliar tudo e, como consequência, acaba-se por fazer muitas coisas ao mesmo tempo. Mas, a ciência aponta que essa não é a melhor solução. Um estudo publicado no Jornal de Psicologia Experimental da Associação Americana de Psicologia mostra que quanto mais for alternada a tarefa executada, mais tempo se perde entre uma atividade e outra.

"Quando olhamos a tela do computador, às vezes estamos observando várias abas abertas ao mesmo tempo, e ainda acreditamos que somos produtivos. Esse estudo demonstra que sempre vai haver no multitarefa uma perda de atenção, de foco e de produtividade. Quando isso acontece, é como se o seu corpo tivesse migrado para a nova atividade, mas a sua atenção ainda está correndo atrás de você, tentando te alcançar", explica a especialista

em desenvolvimento de líderes, fundadora da Quare Desenvolvimento, Carolina Schrubbe.

“

É como se o seu corpo tivesse migrado para a nova atividade, mas a sua atenção ainda está correndo atrás de você.

”

A especialista afirma que a profundidade de análise também é perdida quando se muda de tarefa constantemente. Segundo Carolina, a tão almejada alta performance exige do profissional que toda a sua capacidade cognitiva seja empenhada em uma única atividade por vez.

Mas, então, como gerir o tempo de forma produtiva?

Carolina conta que uma das técnicas mais aceitas é a proposta por Stephen Covey, que trata dos sete hábitos das pessoas altamente eficazes. O autor propõe que se classifique as atividades em grau de importância e de urgência. "Quando a atividade tem uma alta pontuação em importância e urgência, ela deve ser feita o quanto antes. Quando a atividade é muito importante mas é pouco urgente, você deve colocá-la na sua agenda e se policiar para executar, porque ela é a cereja do seu bolo. Algo que ninguém vai te cobrar, mas que é exatamente aquilo que vai te levar para o próximo nível profissional. E essa atividade pode variar de acordo com a sua realidade: ela pode ser um curso de desenvolvimento, um MBA, pode ser ampliar a sua rede de networking, e por aí vai", aponta Carolina.

Outra dica prática é organizar os compromissos da agenda por semana e não preenchê-la completamente, já que imprevistos podem acontecer. A especialista ainda ressalta a importância dos líderes delegarem as tarefas e treinarem a equipe para que ela esteja apta a dividir certas responsabilidades. "O tempo é o nosso recurso mais escasso. Todos temos 24 horas por dia, a diferença é o que você faz nesse período", finaliza.

PROCURA POR SEGURO RURAL TRÍPLICA NO BRASIL, DIZ CNSEG

Importante produtor de alimentos no Brasil, Santa Catarina tem mercado expressivo.

A procura por seguro rural no Brasil triplicou nos últimos cinco anos, segundo a Confederação Nacional das Seguradoras (CNseg). De acordo com a entidade, esse aumento ocorreu por conta de diversos fatores, desde a importância do agronegócio, aumento de eventos climáticos, até o maior apoio das subvenções governamentais, que estimularam a contratação do seguro agrícola, destaque dentre os seguros rurais.

Em 2021, 13,7 milhões de hectares eram protegidos pelo seguro rural no país, segundo relatório da CNseg, que geraram no ano de 2022 indenizações da ordem de 8,8 bilhões de reais aos produtores, o que representa um aumento de 65% em relação ao mesmo período do ano anterior. A confederação afirma que vem crescendo a consciência sobre a importância da contratação desse serviço.

A procura dos agricultores por novas tecnologias que garantam mais produtividade no campo também tem influenciado positivamente o setor no Brasil, de acordo com a Federação Nacional de Seguros Gerais (Fen-Seg). Joaquim Neto, presidente da Comissão de Seguro Rural da entidade, explica que, quando os agricultores fazem um financiamento ou um barter para adquirirem melhores sementes, fertilizantes, defensivos ou uma nova tecnologia, o seguro é utilizado para prevenir perdas por eventos climáticos.

Mercado no Sul é expressivo

A região Sul do Brasil, principalmente os estados do Rio Grande do Sul e Paraná, encerraram 2022 com destaque em arrecadações de prêmios e pagamentos de indenizações. Santa Catarina também é um importante produtor de alimentos no Brasil, e os dados indicam que o mercado de seguro rural no estado é expressivo.



Neto acredita que um dos maiores desafios do seguro agrícola é a pulverização da comercialização em todas as regiões do Brasil, justamente pela cultura de contratação que é tão presente na região Sul do país, onde há sinistralidade mais elevada.

Entre 2000 e 2021, Santa Catarina registrou dez anos com quebras de safra, ou seja, com grande redução na produção prevista, de acordo com estudo do Ministério da Agricultura. Todas essas quebras aconteceram devido a eventos climáticos. O estado ficou em terceira posição entre aqueles que têm mais notificações de perdas no período.

O que é barter na agricultura?

Na agricultura, o barter é um tipo de negociação entre o produtor e a distribuidora em que os insumos são trocados pela produção, sem necessidade de envolver dinheiro. O distribuidor libera os insumos e o produtor paga a compra com parte do que ele produz.

Estar sem seguro é um risco para o produtor em qualquer local, mas os dados mostram que diversos fenômenos climáticos castigam a produção em Santa Catarina, tornando o seguro ainda mais imprescindível.

A pesquisa aponta que, ao longo desses anos, houve prejuízos no estado devido a estiagem, chuvas, baixas temperaturas, geadas, granizo e até um ciclone bomba. O fenômeno ocorreu em 2020, quando 238 dos 295 municípios catarinenses registraram perdas na agricultura, o que representa 80% das cidades. O impacto financeiro devido ao ciclone bomba foi de cerca de 588 milhões de reais, ainda de acordo com o Ministério da Agricultura.

Como entrar nesse mercado?

Segundo Neto, as seguradoras, corretoras de seguro e prestadoras de serviços — como de inspeção prévia, monitoramento de risco e reguladoras de sinistro —, interessadas em ingressar no mercado de seguro rural precisam atentar à sazonalidade das atividades agrícolas, ou seja, os momentos de plantio, transplante e poda, e após isso ao período de colheita, que concentram a captação de prêmio em momento distinto das indenizações.



Além disso, cita as subvenções governamentais ao prêmio de seguro rural como um importante auxílio aos segurados, já que reduz os custos de aquisição destes produtos.

Por fim, outra questão a ser levada em consideração para quem pensa em entrar no mercado são os riscos correlacionados, que ocorrem quando todos os riscos podem ter sinistro ao mesmo tempo, o que demanda grande participação de resseguro.



Para que serve o seguro rural?

O seguro rural serve para que o agricultor se proteja de grandes perdas na produção, que podem acontecer por diversos motivos, como ataques de pragas, doenças, uso errado de defensivos ou eventos climáticos, sendo o último o mais comum.

A POPULAÇÃO ENVELHECE... E O SEGURO SAÚDE SE Torna CADA VEZ MAIS IMPORTANTE

Envelhecimento populacional desafia sistemas de saúde, mas não diminui a importância do seguro.

Um dos grandes desafios a ser enfrentado pelas empresas de seguro saúde nos próximos anos é o crescente envelhecimento populacional. Em Santa Catarina, o IBGE estima que 33% da população estará acima dos 60 anos em 2060. Atualmente esse número é de 16%. O Brasil segue na mesma linha e preocupa as seguradoras.

Com o aumento da expectativa de vida e a queda da taxa de natalidade, haverá cada vez mais idosos no mundo em comparação com a população jovem. O desafio das seguradoras de saúde é equilibrar a demanda de serviços, já que os idosos costumam ter maior necessidade de cuidados médicos, pois estão mais sujeitos à doenças.

Apesar da atenção especial aos idosos, as seguradoras de saúde não devem negligenciar os clientes mais jovens ao equilibrar a balança entre as diferentes faixas etárias.

Sem um número suficiente de jovens em seus planos, as seguradoras podem ter dificuldades em manter preços acessíveis para todos os clientes.

Para Rogério Araújo, diretor comercial e sócio da TGL Consultoria, esse envelhecimento é preocupante, pois boa parte da população não se programou financeiramente para o momento da velhice.

Essa redução da capacidade de gerar renda pode fazer com que os idosos dependam do auxílio de familiares ou terceiros para manter o mínimo de dignidade financeira. Se não têm esse suporte, a perdem.

Se por um lado a mudança demográfica preocupa, por outro os números mostram que o interesse em planos de saúde no Brasil tem aumentado. A Agência Nacional de Saúde Suplementar (ANS) apontou um crescimento de 3,27% — o maior desde 2015 — no número de beneficiários de planos de saúde. Os dados são de agosto de 2022, em comparação ao mesmo período do ano anterior.

Segundo a entidade, o interesse foi potencializado pela pandemia, e ainda há espaço para crescer. No final de 2022 o Brasil possuía mais de 50,5 milhões de beneficiários de seguro saúde, segundo a ANS. Destes, a maioria (69%) fazia parte de planos coletivo-empresarial.





Como os idosos demandam mais atenção em relação à saúde, os seguros da área tornam-se ainda mais imprescindíveis. Além de estar mais suscetível a doenças crônicas, essa população se recupera mais lentamente de lesões, o que reforça a importância de um plano de saúde para garantir os cuidados médicos adequados.

Item de desejo

Uma pesquisa encomendada pela FenaSaúde em 2021 mostrou que o plano de saúde é um dos quatro principais itens de desejo do brasileiro, e fica na frente até de investimento em educação.

Em relação ao que os entrevistados procuraram nos planos, 39%

responderam ter acesso seguro à saúde, 24% citaram a rapidez no atendimento e 13% a tranquilidade em contar com assistência privada.

Em Santa Catarina, 21% da população é beneficiada por planos de assistência médica, segundo a ANS. Em 2021, a taxa média de despesa assistencial por pessoa no estado foi de 2.702,10 reais, de acordo com pesquisa da Unidas.

Discrepância fica clara nos números

A diferença entre as necessidades de saúde entre os idosos e os mais jovens fica clara quando são comparados os dados de despesa assistencial

por pessoa e por faixa etária.- De acordo com a ANS, em 2021 a taxa média por pessoa de até 18 anos de idade no Brasil foi de 559,33 reais. Já na faixa etária de 59 anos ou mais, o número subiu para 3.691,89 reais. Os valores mostram na prática os efeitos da idade nas despesas médicas dos clientes.

O desafio de equilibrar as receitas já existe, mas irá se intensificar com o aumento da população idosa. Nos próximos anos, o mercado deve se adaptar ao novo cenário. Encontrar formas de minimizar essa adversidade será imprescindível para a saúde financeira do setor.

COLABORAÇÃO ENTRE EMPRESAS POTENCIALIZA MERCADO DE PREVIDÊNCIA PRIVADA EM SANTA CATARINA

Desafios podem ser enfrentados com cooperação e educação, segundo autoridades do setor.

Um estudo da Federação Nacional de Previdência Privada e Vida (Fenaprevi) apontou que apenas 8% da população brasileira possuía planos de previdência privada no final de 2022. A porcentagem indica um grande potencial de mercado, mas também que as seguradoras ainda têm um longo caminho pela frente para melhorar esse indicador. Para isso, a colaboração entre empresas é citada por autoridades do setor como uma das soluções.

Felipe Carvalho, presidente do Clube de Seguros de Vida e Benefícios de Santa Catarina e head de seguro de vida do Grupo Fetra, destaca que historicamente o estado tem dado atenção a essa modalidade de seguro. No entanto, no ambiente comercial securitário, é comum que corretoras e seguradoras disputem as mesmas operações, levando a taxações agressivas que acabam comprometendo a rentabilidade dos resultados.

“Obviamente todos somos submetidos a objetivos comerciais arrojados. Contudo, entendo que o cenário catarinense necessita de um trabalho técnico e conjunto do segmento de seguros em geral para que consigamos realinhar a base de negócios e resultados. Principalmente para as operações específicas com estudos mais elaborados”, explica.

Carvalho ressalta que o estado proporciona oportunidades em todas as linhas de operação no segmento de pessoas.



FELIPE CARVALHO | FOTO: DIVULGAÇÃO

Segundo ele, os seguros inclusivos abrem novas oportunidades para parcerias e atendimentos a camadas pouco atendidas.

“Temos ainda inúmeras oportunidades em seguros mais específicos, necessitando de desenhos realizados em conjunto entre seguradoras, corretores e técnicos”, avalia.

De acordo com a Fenaprevi, o mercado de previdência privada no Brasil teve uma alta de 11% de captação em 2022 em relação a 2021, e superou os 156 milhões de reais em prêmios e contribuições.



ROGÉRIO ARAÚJO | FOTO: TGL CONSULTORIA

Rogério Araújo, diretor comercial e sócio da TGL Consultoria, vê na educação financeira e previdenciária a solução para enfrentar a baixa porcentagem de brasileiros com planos de previdência privada. Ele afirma que com a união das empresas e entidades de classe do mercado de seguros em geral e com uma linguagem mais didática e menos técnica sobre o assunto, é possível mudar esse cenário.

Para isso, é preciso incluir o seguro de vida e a previdência privada no planejamento financeiro. Ele explica que o primeiro passo é avaliar as receitas, despesas, sonhos, objetivos, e quais riscos podem comprometê-los. Depois de estar ciente dos riscos e com objetivos claros e definidos por prazos e prioridades, deve-se mensurar esses valores e buscar a melhor forma de gestão deles. Os riscos, então, devem ser terceirizados através de apólices de seguros.

"Com esse exercício compreendemos que os riscos sociais, como invalidez e morte, fazem parte do nosso dia a dia, e que devemos nos proteger.

As ferramentas de seguros de vida e planos de previdência privada são as melhores opções. Portanto, essas ferramentas devem ser prioridade em nosso orçamento", reforça.

Felipe Carvalho também vê na educação um alicerce para o crescimento do setor. Ele cita países com maiores índices de massa segurada quando comparados ao Brasil, como Japão e Estados Unidos, e credita esses resultados a uma cadência cultural planejada e desenvolvida que passa por lares e salas de aula.

"Uma família resguardada e amparada poderá dar sequência aos sonhos e projetos que traçaram juntos, mesmo passando pelo imprevisto da invalidez ou pela dor da perda", afirma.

Araújo destaca que as seguradoras do setor possuem uma grande oportunidade, mas também uma enorme responsabilidade. Ele salienta que uma parcela da população que possui apólices de seguro pode ter uma falsa sensação de posse ao participar de uma apólice coletiva, pertencente à empresa e, ao se desligarem, não terão acesso às coberturas contratadas.

"Não podemos criar uma nação de pessoas com a falsa sensação de proteção, com produtos que não atendem às suas necessidades. Por isso, educar, informar, orientar a população, o nosso cliente, é fundamental", pontua.

O futuro do mercado de seguros é visto com otimismo em Santa Catarina. Segundo Felipe Carvalho, o estado está atento e participativo nas questões de evolução do segmento, e apresentará números, processos e práticas comerciais que farão diferença no cenário nacional nos próximos anos.

SEGURADORAS ASSOCIADAS

Allianz 



CHUBB

HDI
Seguros

The logo for Itaú Seguros consists of the word "Itaú" in white on a dark blue rounded square.

 MAPFRE

The logo for MetLife features a blue and green stylized "M" icon next to the word "MetLife".

 Porto

The logo for Sancor Seguros features a red stylized "S" icon next to the words "SANCOR" and "SEGUROS".The logo for Sompo Seguros features a red circle with a white "S" inside, followed by "SOMPO" and "SEGUROS".

SEGUROS |  SURA

The logo for SulAmérica features a blue stylized "S" icon above the word "SulAmérica".The logo for Tokio Marine Seguradora features a green and orange stylized "T" icon next to the words "TOKIO MARINE" and "SEGURO".The logo for Zurich features a blue stylized "Z" icon above the word "ZURICH".

sindsegsc
Sindicato das Seguradoras