

Análise e Aceitação – Seguro de Pessoas

Samy Hazan – Maritima Seguros



Sindicato das Seguradoras,
Previdência e Capitalização

samy@maritima.com.br

www.twitter.com/samyseg





PARA ONDE CAMINHA O BRASIL?

Brasil é a bola da vez!

Fundamentos da economia sob controle.

Solidez do setor financeiro, melhoria geral da percepção dos investidores sobre os riscos associados ao país.

Aumento da renda média e conseqüente aumento da massa salarial do país

Boom imobiliário

Crescimento do mercado formal de trabalho

O impulsionador do consumo foi o avanço da classe C e a expansão do crédito ao consumidor

Filhos paparicados endividam os pais

Lares com filhos entre 12 e 19 anos têm despesas que excedem em 5% as receitas; famílias sem adolescentes pagam 3%

MANUA DE CHAVE **COMPORTAMENTO**

Adolescente 'Teens' estouram o orçamento

Jovens da classe C economizam 32%

Famílias de menor renda consomem mais supérfluos

Cresce endividamento das famílias

Consumo de produtos básicos cresceu em 600%

Fidelidade do consumidor depende não só de proximidade, mas também de mix e serviço

Mulher muda perfil de consumo no Brasil

A nova cara do consumo

CLASSE DE
21%
ASCENSÃO
2,3 milhões

Para comprar Giro Econômico André aponta



Gigantismo
No País
Aumento de 32% em gastos com supérfluos



Consumo de produtos básicos cresceu em 600%
Pesquisas mostram papel das classes e D O
Fidelidade do consumidor depende não só de proximidade, mas também de mix e serviço
FETIMA WEIRER
Diretora de Retail & Shopping da Lulupa

Mulher muda perfil de consumo no Brasil
ENTREVISTA: CHRISTINE PEREIRA
A mulher mudou o perfil de consumo no Brasil, tornando-se mais exigente e exigida. Isso reflete a mudança de valores e a busca por equilíbrio entre trabalho e vida pessoal.

Cresce endividamento das famílias
O Brasil vive um momento de crise econômica, o que tem afetado diretamente o poder de compra das famílias. O endividamento tem crescido significativamente, especialmente entre as classes C e D.

Famílias de menor renda consomem mais supérfluos
Apesar da crise econômica, famílias de menor renda continuam a gastar com produtos supérfluos, como eletrônicos e viagens. Isso pode ser explicado pelo efeito de escassez e pela busca por status.

A nova cara do consumo
A classe C está se tornando a classe dominante no Brasil. Isso tem gerado mudanças no perfil de consumo, com maior demanda por produtos de qualidade e serviços personalizados.

Para comprar Giro Econômico André aponta
André aponta para a importância de analisar o custo-benefício e a durabilidade dos produtos ao fazer compras. Ele recomenda priorizar marcas conhecidas e produtos com boa avaliação de clientes.

Gigantismo
No País
Aumento de 32% em gastos com supérfluos

Cresce endividamento das famílias
O Brasil vive um momento de crise econômica, o que tem afetado diretamente o poder de compra das famílias. O endividamento tem crescido significativamente, especialmente entre as classes C e D.

Famílias de menor renda consomem mais supérfluos
Apesar da crise econômica, famílias de menor renda continuam a gastar com produtos supérfluos, como eletrônicos e viagens. Isso pode ser explicado pelo efeito de escassez e pela busca por status.

Representa 57,3% do total arrecadado no mercado de seguros mundial

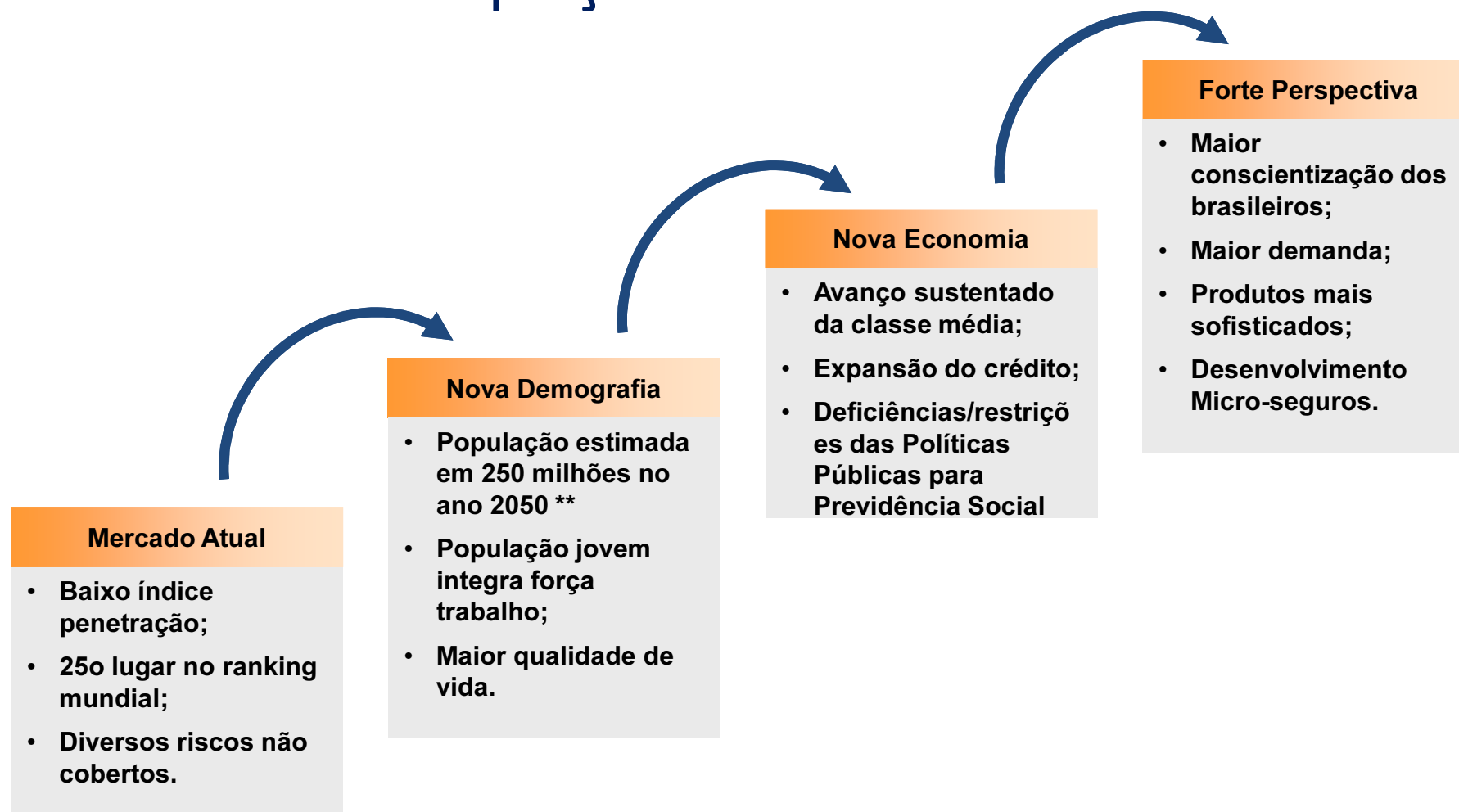
Montante de US\$ 2,332 trilhões contra US\$ 1,735 trilhão de Seguro de Danos em 2009

A carteira de vida representa:

- **51%** no mercado brasileiro
- **58%** nos países do primeiro mundo
- **53,5%** nos países emergentes

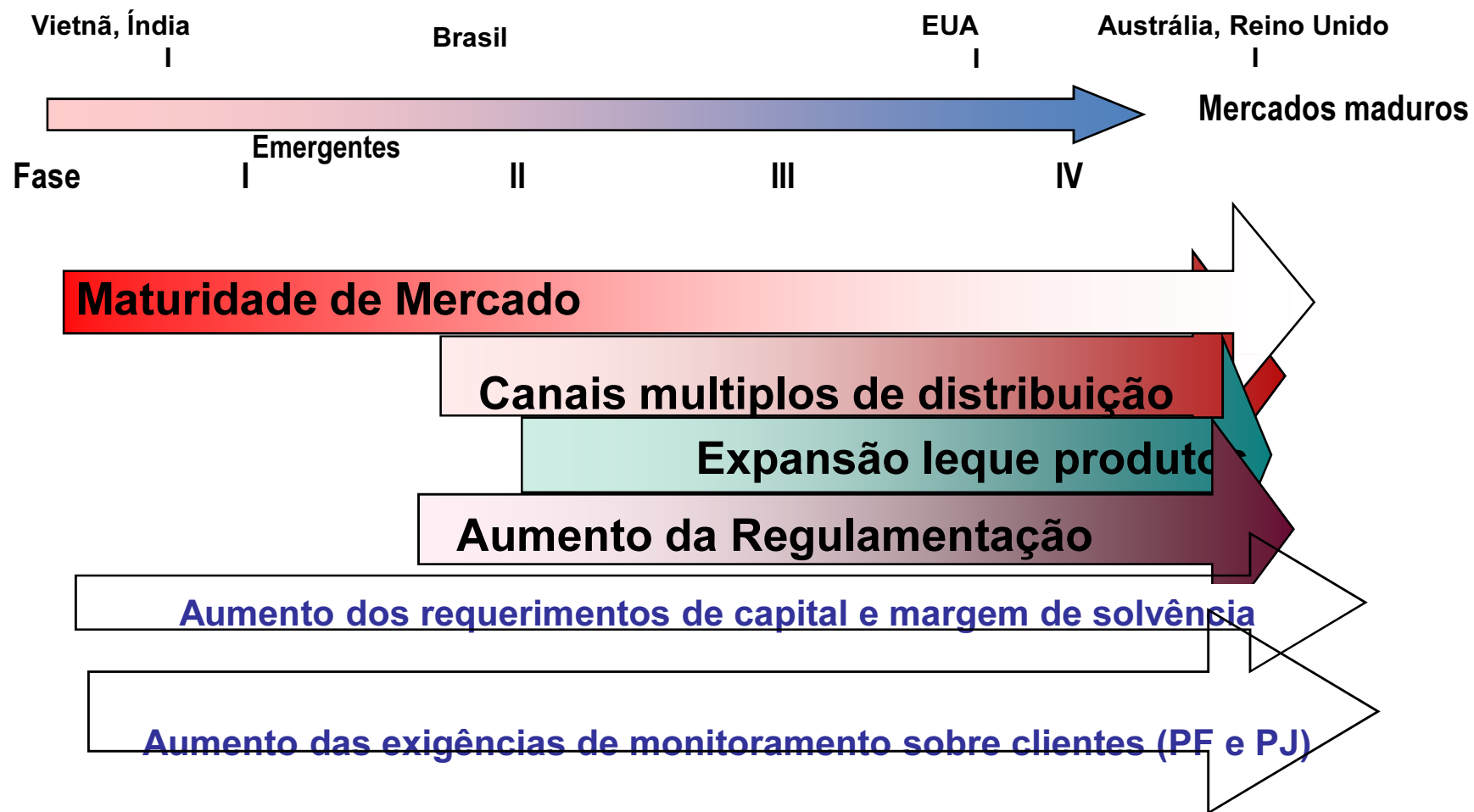
Seguro de Pessoas

A equação do Crescimento



Mercado de Seguros

“Spectrum” da maturidade dos mercados



- **Consumidores procuram:**
 - relacionamento de longo prazo e a proximidade com corretor de seguros são atributos valorizados;
 - Venda simples, concisa e com recomendações diretas de melhor alternativa de produto;
 - Corretores preparados
- **Corretor de Seguros** continuará sendo o canal de preferência e deverá atuar como um “advisor” (consultor/conselheiro)
 - Pontos de contato (canais de comunicação) aumentará;
 - As seguradoras deverão migrar para modelos balanceados onde os canais atuarão de forma colaborativa e complementar;
 - Proliferação dos canais “mobile” de interação;

DEZ TENDÊNCIAS MOLDANDO A NOSSA INDÚSTRIA

1 PODER ASCENDENTE DOS CONSUMIDORES

Estão mais informados e com muito mais poder. Desejam ter múltiplas opções, conveniência e uma relação de confiança com seu corretor.

Estão aproveitando a chance de experimentar pela primeira vez, o consumo de bens e serviços, o que aumenta a demanda para seguros de proteção como Funeral, Prestamistas, Perda de Renda e Seguros de Vida.

2 DECLINIO NAS TAXAS DE RETORNO

Mudanças na demanda, distribuição, concorrência e outros fatores externos estão afetando as taxas de retorno da indústria.

3 MULTIPLOS CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO

Canais múltiplos de distribuição é a onda do futuro uma vez que as companhias estão penetrando novos e diferentes mercados com estratégias diferenciadas.

DEZ TENDÊNCIAS MOLDANDO A NOSSA INDÚSTRIA

4

FUSÕES & AQUISIÇÕES

Uma nova maneira de se fazer fusões com o objetivo de criar escala e valor na manufatura, administração, distribuição ou gestão de ativos.

5

**ATRAÇÃO DE NOVOS
MERCADOS**

Novos nichos de mercado, antes pouco considerados, estão sendo atraídos. Produtos populares, mercado feminino, alta renda, sucessão empresarial, pessoa chave, etc.

6

**MAIOR
REGULAMENTAÇÃO**

Principais normativos: controles internos; questionários de riscos; auditoria e avaliação atuarial; obrigatoriedade da implantação do plano de negócios; critérios mínimos para ouvidoria; certificação técnica; nova regulamentação seguro de pessoas e de danos.

7

**MODELO DE CAPITAL E
SOLVÊNCIA**

Riscos de subscrição; risco operacional; risco legal; risco de mercado; risco de crédito. Novos requerimentos de capital.

DEZ TENDÊNCIAS MOLDANDO A NOSSA INDÚSTRIA

8

RESSEGURO

Know-how em produtos, serviços e subscrição de riscos; capital; resseguro financeiro.

9

NOVA DEMOGRAFIA

O crescimento da população idosa e a diminuição da população jovem traz muitas oportunidades para a indústria. Hoje o consumidor percebe a sua aposentadoria como uma ameaça a sua estabilidade financeira.

10

DIGITALIZAÇÃO E
INTERNET

Crescimento da digitalização e da Internet como principais fontes de eficiência e rentabilidade.



Sindicato das Seguradoras,
Previdência e Capitalização



Como funciona o processo de Análise e Aceitação Seguro de Pessoas?

Subscrição de Riscos de Pessoas

É o processo de avaliar e prever, com relação aos indivíduos:

Mortalidade

Incidência relativa de morte no meio de um dado grupo de pessoas;

Morbidade

Incidência relativa de enfermidades ou doenças no meio de um dado grupo de pessoas.

■ Pode-se determinar:

- Se devemos ou não aprovar a cobertura de seguro de uma determinada vida;
- A classificação de risco dessa vida.



Objetivo

Objetivo:

Aprovar e emitir uma apólice que seja:

- Equitativa para o cliente;
- Possível de ser oferecida pelo canal de distribuição;
- Rentável para a companhia.

Fatores de riscos utilizadas (principais):

- Sexo;
- Ocupação;
- Passatempos (esportes e hobbies);
- Histórico de saúde;
- Constituição física – Índice Massa Corpórea (IMC)
- Riscos morais;
- Histórico de família;
- Aviação;
- Histórico de fumo.



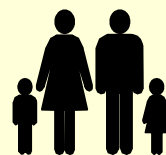
Fatores de risco



Idade



Constituição física



História familiar



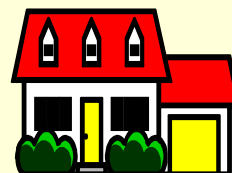
Ocupação



Antecedentes patológicos



Hábitos



Residência



Moralidade

Anti-seleção:

Tendência que têm certas pessoas com probabilidade maior do que a média de sofrer perdas – de buscarem obter ou continuar uma cobertura de seguro de vida com maior alcance do que as outras pessoas.

Interesse Segurável

A relação que existe entre duas pessoas na qual a morte de uma delas afetaria economicamente a outra.

Risco Financeiro (moral)

Análise da situação cadastral do proponente.

- Idade 18 - 40 anos
- Idade 41 – 50 anos
- Idade 51 – 60 anos
- Idade 61 – 69 anos
- 20 x Renda anual
- 15 x Renda anual
- 10 x Renda anual
- 3 x Renda anual

Mas e se o montante requerido ultrapassar esse padrão?

Avaliações médicas são recomendadas em manual de subscrição eletrônico como diretrizes gerais (Ressegurador)

Processo que envolve uma entrevista por telefone, realizada para reunir informações sobre riscos diretamente do candidato, com o objetivo de:



- Acelerar o processo, do pedido às questões envolvidas na apólice
- Prover informações mais detalhadas e prospectivas
- Reduzir os índices de não-abertura (informações médicas e não médicas)
- Gerar um índice maior de aceitação das apólices, devido à necessidade reduzida de relatórios médicos complementares

- Permitir um processamento automatizado de dados, o que é eficaz em termos de custo para a empresa e satisfatório para o cliente
- Reduzir a carga de trabalho dos corretores e subscritores, permitindo que esses profissionais se concentrem em suas áreas principais de atuação
- Aperfeiçoar o serviço de atendimento e melhorar a experiência do cliente
- Obter o resultado, que é um processo de subscrição dinâmico

Vida em Grupo

Por que contratar?



Dos quatro pontos abaixo, escolha dois que são mais importantes para a empresa:



Aumentar a produtividade e moral dos funcionários da empresa;



Pacote de benefícios mais atrativo que o da concorrência (atração de talentos);



Imagem e relacionamento da empresa com o público e com seus funcionários - ***Acordo Coletivo de Trabalho***;



Despesa com o plano dedutível do IR da empresa.

- Tarifado pela taxa média do grupo;
- Estipulante responde por 100% do prêmio;
- Não tem angariação ou cobrança individual;
- Idade mínima e máxima de aceitação e permanência na apólice;
- Contratação com vencimento anual.

Critérios básicos:

- Razões para existência do seguro?
- Tipo adesão?
- Custeio?
- Experiência e sinistralidade anterior do grupo?
- Tamanho e composição do grupo (No. Vidas)?
- Setor e atividade da empresa (precificação segmentada)?
- Estabilidade do grupo (rotatividade e novas adesões – “oxigenação”);

Características

- Visa indenizar o valor correspondente a participação acionária do sócio que faleceu de forma prematura.
- Possibilidade de contratação do produto Faixa Etária, com o objetivo de garantir a empresa a reintegração do capital segurado, na eventual Morte ou Invalidez Total de um dos sócios.
- Limite de Capitais mais elevados.
- Subscrição criteriosa.
- Precificação: Taxa por Faixa Etária, mediante informações de idade e capitais.
- Contratação mediante proposta de adesão.
- Vigência: Plano Anual.

Coberturas Contratáveis

- Morte e Invalidez Permanente por Acidente

Subscrição

- Contratação mediante preenchimento da Proposta de Contratação e Declaração Pessoal de Saúde, Balanço Patrimonial, Análise de Credit Rating e Contrato Social.

Crítérios de Renovação

- Avaliação mediante resultado das apólices, com proposição de reajuste se necessário.

Limites de Capital

- Mínimo de R\$ 1,00
- Máximo de R\$ 6.000.000,00

- Público não entende bem os produtos.
- Companhias aparecem como impessoais e burocráticas.
- Mercado não educa o público sobre o valor dos seguros de vida.
- Mercado altamente concentrado.
- Baixa produtividade em vendas fora do canal banco.
- Pouca cultura de vendas de seguros de vida individuais.



Perguntas?