



SEGURO DE VIDA INDIVIDUAL

Hoje, reservamos este espaço para falar sobre seguro de vida individual. Antes, porém, de entrarmos diretamente no assunto, todos sabem que o seguro, em si, é uma maneira de prevenção voltada para um possível risco futuro mas incerto, considerando-se as contingências da vida. Portanto, segundo nos é dado entender, a atividade seguradora está fundamentada no tempo, pois é “do tempo e do espaço que o mundo se compõe.”

Compreende-se, desde logo, que o ato de precaver-se contrapõe-se a quaisquer eventualidade de riscos ou de natureza aleatória.

O seguro, ou melhor dizendo: o seguro de vida individual é um provimento voltado para uma necessidade futura mediante ressarcimento ou recebimento de capital.

Ressalte-se, por oportuno, que esse capital ou renda é entregue pelo segurado a um agente, nesse caso a seguradora, que o administra para poder aplicá-lo futuramente no pagamento da cobertura dos sinistros.

E por falar em sinistros, estamos lembrados que o companheiro Rubens Hering publicou em novembro de 2006, um interessante artigo sob o título de “Por um mundo menos sinistro”, editado na revista “Cadernos de Seguro”, da FUNENSEG, onde já de início diz com muita propriedade: “Impossível dissociar o seguro da tragédia. Por mais que os profissionais

de marketing e da publicidade tentem criar imagens bonitinhas que dissimulem essa impressão para os consumidores, ainda não é possível separar. Cá entre nós, profissionais do ramo, devemos ser realistas e objetivos.

O seguro, em suas diversas modalidades, funciona para reparar os efeitos danosos de imprevistos ruins.

Portanto, marketing à parte, o seguro e a tragédia têm uma relação íntima que os torna inseparáveis, e ponto final.”

De fato, o articulista tem razão de sobra para realçar essa particularidade inerente ao seguro. E quando nos referimos ao seguro

de vida a coisa cresce de importância, porque todos nós, homens adultos, pobres ou ricos, temos medo de morrer.

Em todas as etapas da nossa existência, vimos exaltando à exaustão o nosso desejo de nos tornarmos perenes. Mas o olho esbugalhado da morte nos acompanha como que a perscrutar as batidas do

tenção das religiões. Que o temor ao desconhecido foi o que fez o homem dobrar os joelhos pela primeira vez. Todos nós desconhecemos o que está do outro lado da ponte. Devido a isso é duvidoso atravessá-la.

Estas ideias nos vieram à tona com a leitura do magnífico artigo preparado por dois autores profissionais, um é atuário e o outro é uma psicóloga divulgado pelo portal www.segs.com.br, de 21.06.10.

O referido artigo faz uma longa explanação sobre Seguros de vida: A morte como elemento sensibilizador. Os autores discorrem, com profundidade, o comportamento humano frente ao fenômeno da morte e sua interferência no processo de escolha e tomada de decisão das pessoas.

No final do artigo, os autores sugerem medidas comportamentais a serem adotadas pelos corretores de seguros, que eles denominam profissional consultivo, isto no que se refere à venda de seguros de vida, pois os profissionais devem estar preparados para fazer a abordagem persuasiva junto ao consumidor.

Enfim, o que os autores pretendem é mostrar a necessidade dos profissionais se atualizarem buscando reciclar seus conhecimentos comerciais e melhorar a performance e de suas equipes, principalmente quando se trata de abordar assunto sobremaneira impactante como é o da morte.

nosso coração e zombando do nosso terror.

O medo, segundo nos diz o Livro dos Mortos dos antigos egípcios, é a causa do primeiro impulso do homem até ao supraterrrestre. Tem contribuído sempre e continua contribuindo mais do que outra coisa à manu-





:: EVENTO FENAPREVI NA TV

Pelo terceiro ano consecutivo, a Fenaprevi (Federação Nacional de Previdência Privada e Vida) vai realizar o Seminário Internacional de Marketing & Vendas - Vida e Previdência. O evento está marcado para acontecer no Grand Mercure Hotel do Ibirapuera, em São Paulo, no dia 8 de julho, das 9h00 às 17h00. O executivo Samy Hazan, da Marítima Seguros, é um dos organizadores do encontro e ele convoca a participação dos corretores, que poderão acompanhar tudo ao vivo pela internet. "Convido todos os corretores de seguros do Brasil a curtirem um ambiente de muita energia, novas idéias e empreendedorismo no III Seminário Internacional de Marketing e Vendas da FenaPrevi. Juntem-se a nós pelo site www.tvaovivo.net/seminariofenaprevi". De acordo com Samy, o objetivo do Seminário é promover e divulgar as melhores práticas de marketing e vendas de seguros de pessoas, ou seja, Vida e Previdência. "Vamos debater com os corretores temas relevantes sobre o mercado, as principais mudanças recentes, tendências e principalmente os desafios do corretor. Nosso segundo propósito é trazer para o mercado brasileiro a "Mesa do Milhão de Dólares" ou MDRT. A "Mesa ou MDRT" é um clube onde participam corretores de

alta performance de várias partes do mundo", explica Samy. Ele confirma que a principal expectativa é alcançar uma audiência de milhares de corretores, que poderão assistir, entre outras atrações, a apresentação motivacional do veterano Marvin Feldman, ex presidente do MDRT por diversos mandatos e atual presidente da Life Foundation. Na parte da tarde, haverá um "Talk Show" com alguns executivos do mercado, sob a coordenação do presidente da Bradesco Vida & Previdência. "Esse é o primeiro evento aberto do mercado segurador que terá transmissão ao vivo e em tempo real pela Web. Serão 250 corretores selecionados para participar do evento em São Paulo e mais milhares de corretores conectados em tempo real. Os participantes remotos terão a oportunidade de postar perguntas aos palestrantes e aos executivos do mercado", reforça Samy. As inscrições para participar presencialmente do evento podem ser feitas junto à Fenaprevi pelo telefone (11) 3266-6391. (Fonte: Info Money - 22/06/10)



:: SEGURO VIAGEM

Receita de prêmios do setor somou R\$ 9,8 milhões, 104,5% superior ao primeiro quadrimestre de 2009.

Segundo a Superintendência de Seguros Privados (Susep), nos quatro primeiros meses de 2010, a receita de prêmios do setor somou R\$ 9,8 milhões, 104,5% superior ao mesmo período de 2009. A maior receita (R\$ 3,3 milhões) foi apurada em fevereiro, com influência direta do carnaval e fim das férias escolares. No quadrimestre, os sinistros somaram R\$ 2,5 milhões, 15% a mais do que nos quatro primeiros meses do ano passado. Segundo o superintendente da Susep, Paulo dos Santos, o incremento nas vendas de seguros viagem é reflexo direto do bom momento da economia brasileira com o aumento do poder aquisitivo da população, que também se conscientiza dos benefícios do seguro. O seguro viagem

tem por objetivo garantir aos segurados, durante período de viagem previamente determinado, o pagamento de indenização quando da ocorrência de riscos previstos e cobertos, nos termos das condições gerais e especiais contratadas. O seguro deve oferecer, no mínimo, as coberturas básicas de morte acidental e/ou invalidez permanente total ou parcial por acidente, podendo ser oferecidas outras coberturas, desde que estejam relacionadas com viagem como, por exemplo, cobertura por perda ou roubo de bagagem. (Fonte: Negócios para Corretores - 22/06/10)



:: DE OLHO NAS CLASSES B e C

De olho na transição da população de baixa renda para a classe média, as seguradoras diversificam os produtos e investem na camada da população que, segundo estimativas do mercado, será capaz de arcar com gastos de R\$ 380 bilhões em bens e serviços apenas em 2010 - caifra que vai superar a soma do consumo das classes B e C. Em recentes eventos do mercado, o titular da Superintendência de Seguros Privados (Susep), Paulo dos Santos, vem reiterando que espera que o setor privado dê atenção especial aos novos consumidores, mesmo que as perspectivas

sejam de crescimento em praticamente todas as carteiras tradicionais, voltadas, na maioria, para as classes de maior poder aquisitivo. "Milhões de pessoas subiram um patamar na escala social brasileira.

Esses brasileiros estão, agora, realizando antigos sonhos e adquirindo bens que, até então, estavam fora do seu alcance. E estes bens precisam ser garantidos pelo seguro", analisou Paulo dos Santos ao ser homenageado pelo Clube Vida em Grupo do Rio de Janeiro (CVG-RJ). (Fonte: Funenseg/Comunicação Social - 22/06/10)



:: CINTO E CELULAR

Blitze antecedem fiscalizações intensivas contra uso de celular ao volante e o não uso de cinto de segurança.

A obrigatoriedade do uso do cinto de segurança e a proibição do uso de celular ao volante foram novamente tema de campanha educativa ontem em Dourados.

A campanha, liderada pelo Detran (Departamento Estadual de Trânsito), contou com o apoio de diversas entidades e, mais uma vez, constatou que as leis de trânsito são descumpridas no município.

Após a campanha educativa, órgãos de trânsito se reúnem para intensificar fiscalização. De acordo com o gerente regional do Detran/MS em Dourados, Aparecido Dias Duarte, apesar de obrigatório, o cinto de segurança é ignorado por 80% dos condutores, situação facilmente constatada nos trabalhos de fiscalização. "Se você fizer uma pesquisa rápida, irá constatar que, de 100 motoristas, 80 não utilizam o cinto", afirma, ao emendar: "mais do que uma lei de trânsito, é uma questão de segurança".

Outro tema abordado durante a campanha é o uso de telefone celular ao volante, infração bastante comum entre motoristas. "O celular desconcentra o condutor e deixa os reflexos mais lentos. Quem usa celular ao volante percebe a diferença na atenção", acrescenta Aparecido Duarte. Segundo o Detran, o objetivo com a campanha é formar uma consciência no motorista com relação às regras de trânsito.

Ontem, em blitz na região central de manhã e à tarde, foram distribuídos mil panfletos educativos.

Agora, a esperança é que este trabalho reflita diretamente na postura dos motoristas daqui para frente. Depois da campanha educativa, os órgãos de trânsito se reúnem novamente, desta vez para reforçar a fiscalização e iniciar um trabalho punitivo.

ESTATÍSTICAS

As estatísticas refletem a falta de conscientização do motorista quanto ao uso do cinto de segurança, que comprovadamente pode garantir a vida do motorista e passageiros em caso de acidente. De acordo com números do Detran/MS, somente no ano passado 314 motoristas foram multados por não utilizar o cinto de segurança. A infração, de natureza grave, resulta em multa de R\$ 127,69, com cinco pontos na Carteira Nacional de Habilitação (CNH).

Quando o assunto é uso do celular ao volante, os números são ainda mais expressivos: em 2009, foram 860 pessoas multadas e, somente de janeiro a maio deste ano, 243 notificações, segundo o Detran. Neste caso, a infração é de natureza média, com multa de R\$ 85 e quatro pontos na CNH.

A campanha educativa realizada em Dourados teve apoio da Polícia Militar, Guarda Municipal, Corpo de Bombeiros e diversas entidades, entre elas o Comitê de Trânsito da Cidade Educadora e o Serviço Social do Transporte (Sest/Senat). (Fonte: O Progresso - 18/06/10)

:: GOLFO DO MÉXICO - CUSTO DO SETOR

A Petrobrás considera prematuro para se ter uma visão clara dos impactos para a indústria do petróleo do acidente em um poço da British Petroleum (BP) no Golfo do México.

"Olhando isso para o futuro, ainda é muito cedo para ter visão clara do impacto sobre os custos que este acidente irá trazer para a indústria como um todo", afirmou o presidente da estatal, José Sergio Gabrielli, em teleconferência para analistas e investimentos sobre o Plano de Negócios 2010-2014.

Como exemplo, o executivo citou que ainda é incerto, no longo prazo, o impacto do acidente no ramo de seguros para a indústria de petróleo. "No curto prazo, verificamos um aumento no custo do seguro e uma maior dificuldade de contratação de apólice. Mas no longo prazo, não é fácil prever isso, dada a situação do que ocorreu no Golfo do México", afirmou o executivo. O vazamento de

óleo no poço da BP no Golfo do México também traz incertezas sobre as futuras normas ambientais para projetos de exploração e produção de petróleo. "Também não está claro se haverá um aumento na rigidez dos licenciamentos e das autorizações, e se isso será permanente e que tipo de demanda virá dos reguladores", disse Gabrielli.

O executivo também considerou incerto o impacto do acidente para o mercado de sondas.

Por conta desses fatores, a Petrobrás não considerou os possíveis impactos do acidente sobre os custos da indústria na definição do investimento do novo plano estratégico. "Hoje, nós não consideramos que existam informações suficientes para concederemos um tratamento especial sobre este efeito em nosso plano", afirmou o presidente da estatal. (Fonte: Estado de São Paulo Autor: Wellington Bahnmann - 23/06/10)

