

Sincor-ES, CVG-ES e Seguradoras Parceiras realizam a



5ª JORNADA CAPIXABA DO SEGURO DE VIDA



Momento da entrega de homenagens aos palestrantes da 5ª Jornada Capixaba do Seguro de Vida.

No dia 10 de agosto, o Sincor-ES e o CVG-ES realizaram a 5ª edição da Jornada Capixaba do Seguro de Vida, no Hotel Senac Ilha do Boi. O evento ocorreu graças a parceria entre as duas instituições e as seguradoras e contou com um público aproximado de 130 pessoas, em sua maioria corretores de seguros associados ao Sincor-ES e CVG-ES.

A programação durou todo o dia, começando com um café da manhã e recepção aos convidados. No total, foram dez horas de trabalhos intercalados, com palestras, coffee break e visita aos estandes, almoço, Talk Show, sorteio de brindes e

encerramento.

O presidente do Sincor-ES, José Romulo da Silva, avalia como um sucesso a realização de mais essa edição da Jornada Capixaba do Seguro de Vida. "Após a pandemia e a maior conscientização das pessoas sobre a importância de estarem protegidas, o seguro de vida vem vivendo um ótimo momento. Um clima de otimismo deu o tom do evento".

"O seguro de vida é uma ferramenta que oferece proteção financeira para o segurado e seus familiares no caso de algum imprevisto, como doença, acidente ou fatalidade. A indenização pode

ajudar a substituir a renda do cliente, cobrir despesas e pagar dívidas, dando suporte para a continuidade do estilo de vida de cada família," afirmou, José Romulo.

O mercado em geral se desenvolveu muito nos últimos anos devido à maior conscientização das pessoas em relação à necessidade de proteção, e para isso é preciso estar financeiramente protegido e preparado para qualquer imprevisto.

Hoje, os benefícios do seguro de vida estão mais difundidos, seguro é uma proteção contra a perda, e quanto menor for a reserva financeira para cobrir emergências, maior é a necessidade de se ter proteção para imprevistos que possam desestabilizar a vida pessoal.

A expectativa é de que a procura por seguros de vida continue crescendo, não só devido aos efeitos da pandemia de Covid-19, mas também em razão do aumento da longevidade, fenômeno que faz com que as pessoas tenham a percepção de viver mais e, com isso, sintam a real possibilidade de serem acometidas por alguma doença grave ou imprevisto.



Seguro de Vida

O Futuro é nosso presente*

No dia 10 de agosto, aconteceu no Hotel Senac – Ilha do Boi, em Vitória, a quinta edição da Jornada Capixaba Do Seguro de Vida, encontro organizado pelo Sindicato dos Corretores de Seguros (SINCOR-ES) em parceria com o Clube de Vida em Grupo (CVG-ES). O evento reuniu autoridades do setor, Corretores e executivos das principais Seguradoras do País para discutir o cenário e tendências para o mercado de Seguro de Vida no Espírito Santo.

A Tokio Marine foi uma das patrocinadoras do evento e Marcos Kobayashi, Diretor Comercial Nacional Vida da Companhia, foi um dos participantes da programação, onde ministrou a palestra intitulada "Seguro de Vida – O Futuro é nosso Presente". Na ocasião, o diretor destacou as oportunidades do mercado de Seguro de Pessoas no país, além do desempenho da Tokio Marine nesse setor que, no último ano, registrou o melhor resultado operacional de sua história ao ultrapassar a marca de meio bilhão de reais em Prêmios Emitidos.

"Foi uma honra participar da 5ª Jornada Capixaba do Seguro de Vida ao lado de profissionais competentes que nos brindaram com suas apresentações, compartilhando informações valiosas para o desenvolvimento

do nosso mercado." comenta o executivo.

Durante a palestra, Kobayashi ainda compartilhou informações valiosas aos Corretores presentes sobre a importância da conscientização sobre o Seguro de Vida no Brasil e da digitalização que o mercado vem passando e como o Corretor de Seguros segue sendo peça-chave nesse cenário. As campanhas de vendas idealizadas pela Diretoria Comercial Vida da Tokio Marine e pensadas para ajudar o Corretor a impulsionar os seus negócios como "Green Vida Brasil" e "A Vida É o que Importa", também foram destacadas pelo diretor durante a sua apresentação.

"A disseminação da cultura do seguro no Brasil é um dos principais desafios do setor como um todo. No caso do Seguro de Vida, percebemos que, nos últimos anos, o interesse das pessoas pela manutenção da saúde e do

bem-estar vem aumentando, o que nos dá a oportunidade de reforçar cada vez mais com os Corretores e Clientes a necessidade de proteção e a importância que o Seguro desempenha no planejamento familiar e financeiro das pessoas" destaca Kobayashi.

Além da palestra, o executivo ainda foi o mediador do Talk Show com os demais palestrantes que



***Marcos Kobayashi, Diretor Comercial Nacional Vida da Tokio Marine Seguradora.**



participaram do evento: Oscar Buso, Especialista Comercial Vida e Previdência da Porto; Renato Gomes, Superintendente de Vendas da Icatu Seguros e Fabio Lessa, Diretor Comercial da Capemisa Seguradora, onde foram discutidas oportunidades e estratégias para o setor de Seguro de Pessoas no Brasil; o avanço das ferramentas digitais, dicas de vendas, entre outros temas relevantes para o Corretor de Seguros. Ao final, os executivos trouxeram algumas

reflexões necessárias para a evolução do mercado.

Além de Kobayashi, ainda estiveram presentes no evento representando a Tokio Marine, as equipes da área comercial de Vida e da Sucursal de Vitória da Companhia: Cinthya Franco Freitas Oliveira, Gerente Executiva Sucursal Vitória; Rosangela Spak, Gerente Comercial Nacional Vida e Marcio Esteves, Gerente Comercial Vida RJ/ES.

Sobre a Tokio Marine Seguradora

A Tokio Marine Seguradora S.A. está em operação no Brasil desde 1959. A companhia é subsidiária da Tokio Marine Holdings, o mais antigo conglomerado securitário japonês, fundado há 143 anos. A seguradora coloca à disposição do mercado nacional um amplo portfólio de soluções para Pessoas Físicas e Jurídicas, por meio de uma estrutura de 68 unidades de atendimento distribuídas pelo Brasil.



Ao final do evento, os palestrantes fizeram um Talk Show, respondendo perguntas direcionadas, e também foram discutidas oportunidades e estratégias para o setor de Seguro de Pessoas no Brasil.

Vem aí a 4ª edição do “Conexão Futuro Seguro”



O evento acontece dia 21 de setembro de 2023, a partir das 17 horas, e reunirá grandes lideranças, especialistas e autoridades.

Mais uma vez, a exemplo que ocorreu nas edições anteriores, o foco será direcionado para a utilização do digital pelo Corretor de Seguros, mas sem abrir mão do fator humano, indispensável e desejado pelo consumidor.

As inscrições serão abertas em breve!

TOKIO MARINE
SEGURADORA

tokiomarine.com.br
Tokio Marine Seguradora S/A
/TokioMarineSeguradora

TOKIO MARINE

VIDA INDIVIDUAL

santacibara

CORRETOR, OFERECER

o Seguro Vida Individual com orientação médica online, Einstein Conecta, começa com você.

Quer saber mais?
Fale com seu
Gerente Comercial.

Uma Seguradora
completa para
você ir mais longe.



Seguro de vida não protege pessoas, mas sim, a sua renda*

Apelos emocionais não sustentam uma venda a longo prazo. Mas, a venda racional faz com que o cliente entenda o porquê da necessidade do produto



*Oscar Buso, Especialista Comercial Vida e Previdência da Porto.

Entre 18 e 70 anos, vivemos um período produtivo, em que adquirimos bens, criamos poupança, construímos um padrão de vida compatível com a nossa realidade financeira e conquistamos coisas. Mas como proteger o nosso presente e planejar o futuro? O que importa para que estejamos realmente seguros? O mercado de seguros oferece inúmeros produtos que protegem os mais diversos tipos de patrimônio que uma pessoa pode adquirir. O seguro de vida, em especial, quando é oferecido para um cliente, causa espanto, por um lado, e aversão, por outro. Um levantamento da Universidade Oxford mostra que o Brasil tem o menor número de pessoas com seguros de vida dentre os 11 pesquisados no estudo. Segundo a pesquisa, apenas 19% dos brasileiros possuem o benefício. A média global é de 32% de segurados.

A visão das pessoas em relação ao seguro de vida é ultrapassada e as abordagens de vendas atuais não são mais compatíveis com a real necessidade da grande maioria da sociedade. Apelos emocionais

não sustentam uma venda a longo prazo, porém, uma venda racional proporciona o entendimento pelo cliente do porquê da necessidade do produto, além de promover os primeiros passos no avanço para uma mudança cultural da sociedade em termos de seguro de vida.

O que exatamente se busca proteger com um seguro de vida? Se fizermos uma reflexão, perceberemos que ao longo dos anos tudo o que adquirimos, como imóveis, automóveis e até mesmo a constituição de uma família só foi possível por que de alguma maneira tivemos uma renda. Este é o nosso maior patrimônio. Quando contratamos um seguro de vida, não estamos protegendo pessoas, e sim, a renda das pessoas. As apólices possuem um único objetivo: suprir financeiramente os beneficiários do segurado na ausência do provedor ou o próprio segurado perante a impossibilidade de gerar renda devido a doenças ou invalidez. Diferente da Previdência, que protege o futuro financeiro das pessoas.

Por mais que o cliente não

queira aceitar, por fora da dinâmica econômica, ele, assim como todas as outras pessoas, está exposto a doenças, invalidez e morte. Esses riscos são reais e incontroláveis, e ainda que sejam carregados de emoções, este não deve ser o recurso na hora da venda. O corretor de seguros precisa desapegar do apelo emocional, pois ele é passageiro. É preciso ser racional e conduzir o cliente a pensar no futuro.

Na hora da consultoria, é importante criar uma atmosfera reflexiva e racionalista. Algumas perguntas podem ajudar, como "você já pensou em proteger a sua renda?", ou "você sabe quanto custa para proteger a sua renda?". O importante é levar o cliente a entender a real necessidade de adquirir um seguro de vida, ressaltando que a modalidade tem como objetivo aportar um capital ao próprio cliente ou a seus beneficiários. Reitere sempre que um seguro de vida não protege a vida de seu cliente, mas sim a renda dele. Sem ela, família, bens e padrão de vida, nada disso seria uma realidade.

O que é seguro de proteção de renda?

Quando falamos em seguro de vida, a maioria das pessoas ainda associa o produto só à morte. O que muitas pessoas não sabem é que maioria das coberturas deste tipo de seguro são para uso durante a vida. Na realidade, protege a renda em momentos inesperados de doença ou acidente. Para as pessoas que têm dependentes financeiros, como filhos e cônjuge, o dinheiro do seguro de vida ajuda a manter o padrão financeiro da família até que ela consiga se reequilibrar financeiramente para continuar arcando com gastos



de convênio médico, escola dos filhos, entre outras necessidades que garantem qualidade de vida —, independentemente do que possa ocorrer.

Um seguro de vida oferece proteção financeira em casos de imprevistos com a vida. E essa proteção beneficia a pessoa que contrata a apólice de seguro de vida, e também sua família. Por essa razão o seguro de vida é tão importante para um bom planejamento financeiro.

Mais uma das vantagens do seguro de vida é a tranquilidade de saber que a sua família vai ter apoio financeiro para se restabelecer, sem depender de terceiros, se alguma fatalidade ocorrer. No mais, o próprio segurado pode contar com uma indenização se em algum momento da vida se encontrar inválido, tanto em decorrência de doenças graves, quanto em razão de acidentes.

Em geral, os casais dividem os gastos fixos. Então, quando um deles tem um imprevisto como doença ou acidente, a renda do outro pode ficar comprometida de maneira significativa. Além disso, em um momento delicado, pode ser necessário recorrer a apoio

psicológico ou contratar alguém para cuidar dos filhos, por exemplo, o que demanda ainda mais recursos financeiros. Não há tranquilidade maior do que ter a certeza de que a pessoa amada não vai ficar sem recursos financeiros em momentos como esse.

Quando uma pessoa fica doente, os demais familiares acabam se envolvendo e até ajudam a pagar o tratamento. Porque mesmo contando com um bom plano de saúde, nem sempre estamos preparados para pagar despesas com cuidadores, alimentação diferenciada, remédios de alto custo ou mesmo aluguel de equipamentos específicos para este tipo de situação.

Para o caso de acidente ou doença que afaste o segurado do trabalho, existe uma cobertura que garante o pagamento de diárias por até 01 ano, que ajuda a manter os rendimentos enquanto a pessoa estiver incapacitada. Essa cobertura é conhecida como DIT – Diária por Incapacidade Temporária.

Existe também a cobertura de majoração é contratada juntamente com a cobertura de Invalidez total ou parcial por acidente. Ela garante que, para o membro afetado, o

segurado receba 100% do valor contratado para a cobertura de invalidez. Importante para quem depende daquele membro para trabalhar, como um médico cirurgião e suas mãos, por exemplo.

É possível majorar a cobertura para perda do uso de um dos indicadores, da visão de um olho, ou mesmo a perda de um dos polegares.

Um seguro de vida costuma ter um excelente custo-benefício, especialmente se levarmos em conta a quantidade de benefícios que ele proporciona.

Oscar Buso é educador da área de Formação e Desenvolvimento de Pessoas. Graduado em Administração Geral pela Uni-ABC de São Caetano do Sul (SP), pós-graduado em Gestão Empresarial pela Faculdade de Engenharia Industrial e em Mercado Financeiro pela Mackenzie. O administrador ministra palestras sobre proteção familiar e empreendedorismo. Atuou como gestor da equipe de Vendas em Seguro de Vida e Previdência da companhia e há mais de uma década se dedica à formação dos profissionais do ramo de corretagem de seguros e demais áreas ligadas ao segmento.



**Fecha
com a
Porto**



É hora de viver experiências fantásticas!
Campanha Fecha Com a Porto está no ar.
[Acesse o Corretor Online e participe!](#)

 Porto Seguro Bank

 Porto Seguros

 Porto Saúde

O despertar consciente pela necessidade do Seguro de Vida*

O despertar pela necessidade do seguro de vida tem origem na conscientização das pessoas pelos impactos financeiros ocasionados por interrupções inesperadas e incontroláveis na geração de renda das pessoas. Imagine que estejamos diante de uma escada de 4 degraus e vamos chamá-la de Estratégia Financeira Bem-Sucedida. No primeiro degrau, para que qualquer estratégia financeira permaneça de pé reside a renda que geramos com o nosso trabalho. Ora, como falamos, essa renda pode ser interrompida alheio ao nosso controle por um acidente, uma doença grave ou mesmo o falecimento. É preciso gerenciar o risco a que todos estão expostos e é aí que o 2º degrau entra em ação. Através de seguros desenhados sob a estrita necessidade de cada cliente que protejam os impactos financeiros oriundos dessa interrupção. O 3º degrau dá lugar aos excedentes da renda para que a mesma possa ser rentabilizada para acumulação de patrimônio. O 4º degrau, então, é o coroamento dessa estratégia quando o cliente, não mais em atividade intensa laborativa, possa usufruir do patrimônio acumulado durante sua vida. Para se alcançar com assertividade as soluções em seguro de vida de cada indivíduo, é preciso que ele seja devidamente sensibilizado



* Renato Gomes, Superintendente de Vendas da Icatu Seguros

e conscientizado o bastante para fornecer as informações necessárias de seu perfil financeiro e demandas materiais familiares. Para isso, fazer uso de uma boa escuta empática é caminho certo para atender, com profundidade, as necessidades dos clientes. Primeiro devemos estimular as pessoas a enxergarem suas principais preocupações pessoais e familiares que uma suposta interrupção de renda provocaria. E um segundo momento, cria-se no cliente, naturalmente, o desejo ou a necessidade de eliminar tais dores ou preocupações. Oferecer as informações financeiras e patrimoniais é forma mais prática

e óbvia para que o corretor possa estudar metodicamente e ter condições de construir um plano de seguro de vida individual e específico para cada cliente que conversar. Nessa fase o cliente está propício, e desejoso, a receber a oferta de seguro que o corretor tem a apresentar. A compra está a um passo de ocorrer e, convenhamos, as famosas objeções, ao longo desse processo, vão se esvaindo, pois objetar uma solução tão precisa e específica segundo as necessidades expostas e do perigo iminente de desequilíbrio financeiro diante de eventos incontroláveis e inesperados é dar as costas para a própria vida e de seus familiares.



Como abordar um cliente para venda do seguro de vida



São muitas objeções que os corretores de seguros enfrentam na hora de colocar em prática as técnicas para vender o seguro de vida. Em primeiro

lugar, você pode abordar seu cliente em potencial mencionando para ele que o seguro de vida oferece proteção financeira em todas as etapas da vida. O seguro de vida é para ser utilizado durante a vida e não só em caso de falecimento. Esse pode ser um bom primeiro argumento para trabalhar com seus clientes. O segundo é o diagnóstico de doenças graves, esse diferencial do produto pode mudar, completamente, a vida do cliente e de seus familiares, por isso não deve ser ignorado em uma estratégia de como vender seguro de vida. O pagamento de diárias por afastamento do trabalho também é um ponto para abordar com seu cliente e para reforçar, fale da importância da proteção financeira para os dependentes.

Técnicas e estratégias para vender seguro de vida

A abordagem do corretor de seguros deve ser adequada a cada tipo de produto, então saiba que a venda do seguro de vida precisa ser consultiva. O corretor de seguros precisa despertar o cliente para a necessidade do seguro de vida. Os clientes já têm essa necessidade, ela só precisa ser melhor trabalhada e elaborada, só assim o corretor conseguirá motivar a compra. Afinal, todas as pessoas têm a necessidade do seguro de vida, mas elas ainda não têm isso claro, é preciso fazê-las entender essa demanda e a função do corretor. O corretor de seguros precisa levantar as necessidades, problemas e angústias do cliente, mostrar como uma apólice de seguro de vida o ajudaria em várias dessas situações.

Trace estratégias para vender o seguro de vida. O primeiro passo é conhecer muito bem o perfil do seu cliente, pois assim é possível indicar o melhor produto, as melhores coberturas, a melhor seguradora e claro, identificar uma projeção de valores. Por isso, para conhecer o cliente para o qual você está vendendo o seguro de vida, saiba fazer perguntas. A pergunta certa pode te oferecer muitas informações que podem ser utilizadas na estratégia de como vender seguro de vida. Então, saiba muito bem o que será perguntado e, mais do que isso, deixe o seu cliente falar. Se ele se sentir à vontade para se abrir com você, lembre-se de que aquele momento é sobre aquela pessoa

e não para falar sobre você. Muito menos sobre o seu serviço ou o produto que você está tentando vender. O cliente precisa sentir que seu interesse nele é genuíno, assim você nunca indicaria algo que não seria extremamente importante e interessante para a vida dele. É preciso avaliar muito bem a hora certa de indicar, aproveite para coletar o máximo de informações possíveis sobre aquele cliente e aquela demanda. Conseguindo fechar negócio, significa que a primeira parte da sua estratégia de como vender seguro de vida deu certo e você pode usar este exemplo para aprender e antecipar as objeções dos futuros clientes. Antes de contratar o seguro de vida, houve alguma resistência na contratação? O que ele alegou como justificativa para não querer contratar? Como você fez para convencê-lo de que o melhor para ele seria essa contratação?

A ideia é comparar com os demais clientes e tentar prever o que um futuro cliente pode alegar para não fechar o seguro de vida com você. Todas essas etapas de como vender seguro de vida se interligam, conhecer o cliente é importante não só para indicar o melhor produto, mas para identificar qual o perfil de pessoa que faz negócios com você. E você só conhece o cliente ouvindo, deixando ele falar, e é nessa conversa que você vai reconhecer cada objeção e definir sua própria estratégia de como quebrá-las.

**DE BRAÇOS ABERTOS
PARA OS SEUS CLIENTES.
DE MÃOS DADAS COM VOCÊ.**

icatu.com.br/corretor



ICATU
Vida. Pra toda vida.

“Processo de Vendas CAPEMISA”: conquiste o cliente em todas as etapas do negócio*

O dever de uma Seguradora é valorizar e investir em projetos que desenvolvam o potencial comercial e de prospecção dos Corretores de Seguros. Disseminar informações que se reflitam em geração de negócios e no crescimento do mercado une interesses, multiplica conhecimento e contribui para ampliar a cultura do Seguro de Vida em um país que tem a muito a crescer neste segmento, como o Brasil.

Na CAPEMISA Seguradora, em mais um passo à frente, criamos o “Processo de Vendas CAPEMISA”. A iniciativa é a continuidade da exitosa “Visita ao Oceano Azul” – um projeto que impacta individualmente milhares de Corretores todos os anos. Somente em 2022, foram mais de 1.500 profissionais de todo o Brasil.

O Processo de Vendas CAPEMISA foi pensado para atender exclusivamente aos profissionais que já fizeram essa primeira imersão. Pretende seguir como uma trilha de conhecimento. Ou seja, participar do “Visita ao Oceano Azul” é indispensável para essa atividade com nossa Seguradora. É o pontapé inicial para a participação do Corretor no programa de capacitação.

Na Visita, a Empresa convida os profissionais para “pescar” negócios pouco explorados por eles. Já no Processo de Vendas, o Corretor aprenderá como pescar essas mesmas oportunidades por uma abordagem complementar, aumentando assim a distribuição de Seguros de Vida de forma contínua em sua carteira e para novos Clientes.

Daí, deixo o convite: conheça,



*Fábio Lessa, Diretor Comercial da Capemisa Seguradora

participe, uma esforços de conhecimento e treinamento com nossa empresa e aumente seus lucros. Venha para o “Visita ao Oceano Azul”. Esse é o passo 1.

No passo 2, voltando ao “Processo de Vendas CAPEMISA”, convido os Corretores a participar de um treinamento de vendas consultivas de Seguro de Vida com foco no Cliente.

São muitos os diferenciais: todo seu conteúdo foi estruturado com base nas melhores práticas comerciais em diversos segmentos de negócio e adaptadas ao mercado de Seguros, enaltecendo o Cliente no centro deste método de vendas.

O método foi construído em três módulos e o Corretor, além de ter acesso a técnicas modernas de persuasão e contorno de objeções, pode exercitar na prática todas as

etapas de abordagem ao Cliente. Percorre desde o planejamento para a prospecção, passando pela abordagem ao Cliente, levantamento de suas necessidades, proposição de soluções e contorno de objeções para o fechamento da venda. Ele é um profissional ativo e sintonizado, com os pontos de fala certos para cada momento.

Trata-se de um projeto nacional, quando as equipes regionais da CAPEMISA Seguradora passaram por um intenso programa de desenvolvimento. Estão tecnicamente aptas para transferir todo o conhecimento prático sobre o “Processo de Vendas CAPEMISA”.

Você, Corretor, pode escolher qual módulo quer aprofundar de acordo com seus interesses e necessidade de aperfeiçoamento. A equipe CAPEMISA realizará um

QUER EMPREENDER DE VERDADE?

TEMOS UM OCEANO AZUL DE OPORTUNIDADES PARA VOCÊ!

Em 2021 milhares de Corretores assistiram a palestra “VISITA AO OCEANO AZUL”. Desses, **66%** aumentaram significativamente a produtividade e os ganhos das suas Corretoras.

VENHA FAZER PARTE DESSE TIME DE CORRETORES VENCEDORES.

Entre em contato conosco e venha conhecer todo esse Oceano Azul de oportunidades.

Telefones: (27) 99802-1474 | (27) 99641-6405
E-mail: comercial.vitoria@capemisa.com.br



treinamento individual ou com pequenos grupos de forma presencial.

O Projeto foi criado valorizando o contato humano, o olho no olho e a interação. Nada melhor que estarmos todos juntos e podermos trocar informações em tempo real.

Como cada região e público têm suas particularidades, o "Processo de Vendas CAPEMISA" respeita o cotidiano de cada profissional. Avalia cada caso de forma individual e única.

E quando falamos de pós-vendas?

A CAPEMISA Seguradora sabe que esse também é um momento estratégico nas ações de conquista e retenção de Clientes. O "Processo de Vendas CAPEMISA" foca neste momento: como se aproximar e gerir o relacionamento com os Clientes após a aquisição do produto nos anos seguintes à contratação da primeira apólice.

Tenha sempre em mente: o Corretor de Seguros precisa conhecer e estar próximo ao Cliente ao longo de sua vida.

Esse programa de capacitação quer reforçar uma estratégia de continuidade e geração de novas oportunidades de negócios ao longo do ciclo de vida dos Clientes. É uma trilha completa de conhecimento ao alcance de todos.

Junte-se à CAPEMISA

Seguradora: geração de conhecimento, treinamento qualificado e novos ganhos em sua produtividade são alguns dos resultados do "Processo de Vendas". Amplie seus horizontes neste mercado que ainda tem grande espaço de crescimento e sucesso.

CONHEÇA O PROCESSO DE VENDAS CAPEMISA

Escaneie o QR Code abaixo ou acesse: www.is.gd/capemisa



A participação das seguradoras foi importante para realização da 5ª Jornada Capixaba do Seguro de Vida



Todas as fotos do evento, estão disponíveis no site www.sincor-es.com.br



Seja um Influenciador PASI

Escaneie o QR Code e saiba mais!



[@](#)
[f](#)
[t](#)
[v](#)
[e](#)
[i](#)

[/seguroPASI](#)

Banestes Seguros conquista vitória no Recall de Marcas de Colatina

Líder em vendas no Espírito Santo, esta é a 16ª vez que a seguradora fica em primeiro lugar na pesquisa.

Pelo 16º ano consecutivo, a Banestes Seguros conquistou o primeiro lugar na pesquisa Recall de Marcas de Colatina, principal polo econômico e cultural do noroeste capixaba e também o mais populoso da região. O levantamento aponta a marca mais lembrada pela população do município em mais de 300 segmentos de mercado, sendo realizado pela empresa Focalize Comunicação. O resultado foi divulgado em 12 de junho.

A Banestes Seguros é a seguradora que mais vezes venceu premiações recall de marcas no segmento "seguradora" no Espírito Santo, acumulando 14 prêmios na pesquisa da cidade de Linhares, no norte capixaba, e 14 vitórias na premiação que apura o ranking de lembrança de marca entre consumidores de todo o Estado.

Segundo o diretor-presidente da companhia, Carlos Roberto Rafael, o acúmulo de vitórias da Banestes Seguros nas pesquisas

de lembrança de marca consolida o crescimento observado pela seguradora capixaba no primeiro semestre de 2023, detendo a liderança no ramo de Automóveis e Pessoas no Espírito Santo.

"Recebemos com muito entusiasmo esse prêmio, fruto do planejamento e de ações coletivas que somente se tornam possíveis através de uma equipe engajada e extremamente comprometida com os resultados", enfatiza Rafael.

No mercado de Seguro de

Automóveis, somente na região de Colatina, a Banestes Seguros mais que dobrou sua produção no comparativo entre 2021 e 2022, registrando um aumento de 125% no número de contratos realizados.

Na análise geral de vendas em todo o estado, considerando o prêmio emitido, a seguradora permanece em primeiro lugar desde dezembro de 2021, ampliando essa vantagem no primeiro semestre de 2023 com um aumento de 18% em relação ao mesmo período de 2022.



Diretoria da Banestes Seguros visita o Sincor-ES

O Sincor-ES, no dia 15 de agosto realizou a sua reunião mensal de diretoria, quando pudemos receber a visita da diretoria da Banestes Seguros, composta dos seguintes membros, Carlos Roberto Rafael, presidente; Romulo de Souza Costa, Diretor de controles internos e Silvano Márcio Kiefer, Diretor de operações. Os convidados tiveram a oportunidade de dialogar com os membros da direção do Sindicato, conhecer nossa sede, e participar de café da manhã que antecedeu a RD.



Aplicativo Banestes Segurado: No Espírito Santo ou em qualquer lugar do mundo, junto com você.

- Informações da Apólice;
- Boleto e informações de pagamento;
- Acompanhamento do processo de sinistro;
- Notificações e alertas;
- Telefones úteis.

Baixe gratuitamente ou acesse:



www.banestesseguros.com.br/segurado

Ouvidoria Geral: 0800 727 0030



Vanessa Del Piero assume gerência da filial da HDI Seguros em Vitória

Como parte da busca contínua por aprimoramento e eficiência em todas as suas filiais, a HDI Seguros, uma das principais seguradoras do País, anuncia nova gerente para sua filial em Vitória, no Espírito Santo. Vanessa Del Piero, que já lidera a filial da seguradora em Colatina (ES), assume também a gerência de Vitória, o que deve resultar em eficiência para as unidades.

A transição da gestão foi planejada para garantir que as

rotinas operacionais e comerciais permaneçam inalteradas. A HDI Seguros acredita que a experiência da Vanessa Del Piero trará ganhos significativos para o bom desempenho dos negócios e relacionamento com corretores e parceiros na região. Vanessa esteve presente no Sincor no dia 05/08 para além de apresentar seus novos desafios à frente da Filial Vitória, apresentar sua equipe de executivos de contas que atendem o Espírito Santo.

Sobre a HDI Seguros

A HDI existe para proteger você e tudo o que mais importa para você. A HDI protege seu mundo. São mais de 1,4 mil colaboradores que cuidam de 2,5 milhões de segurados, principalmente nos ramos de empresas, automóveis, residências e vida. A HDI conta com 45 filiais e 9 escritórios comerciais, e mais 15 unidades de atendimento a sinistro, os HDI Bate-Prontos. A seguradora possui uma carteira de mais de 30,2 mil corretores ativos.



Entre depois de bater.

É de bate-pronto.

HDI Bate-pronto.
O centro de atendimento que libera em minutos o conserto do veículo.

www.hdi.com.br

STF derruba lei que regulamentava associações de proteção veicular em Minas Gerais



Foto do Supremo Tribunal Federal (STF)

O Supremo Tribunal Federal (STF) acaba de impor a terceira derrota nos âmbitos estaduais para as associações de proteção veicular, em apenas três meses. Desta vez, os ministros do STF derrubaram, em plenária virtual, por absoluta maioria (10 votos), a lei estadual mineira 23993/21, que permitia a atuação das associações de socorro mútuo em Minas Gerais, como as de proteção veicular (APVs), considerando-a inconstitucional. A exemplo do que ocorreu nos outros dois casos, a Ação Direta de Inconstitucionalidade (ADI) vitoriosa foi proposta pela Confederação Nacional das Seguradoras (CNseg) que questionou o fato daquela lei tentar regularizar a atuação ilegal das associações no estado.

As primeiras derrotas da proteção veicular ocorreram no início de maio, quando o STF derrubou, também por ampla

maioria (8 a 1), leis estaduais que permitiam a atuação das associações e cooperativas em Goiás (Lei 20.894/20) e no Rio de Janeiro (Lei 9.578/22), considerando-as inconstitucionais.

Essas duas Ações Diretas de Inconstitucionalidade foram propostas pela CNseg. No caso da ADIN referente à lei de Goiás, o ingresso da Fenacor no processo foi admitido pelo relator, ministro Gilmar Mendes, como amicus curiae (terceiro que ingressa no processo com a função de fornecer subsídios ao órgão julgador).

Há diversas diferenças entre as associações de proteção veicular e os seguros tradicionais. Os seguros são vendidos por seguradoras ou corretoras de seguros, empresas com fins lucrativos. Elas são reguladas por um órgão fiscalizador ligado ao Ministério da Fazenda, a Superintendência de Seguros Privados (Susep), e constituem reservas financeiras

para pagar as indenizações de furtos ou sinistros dos veículos dos clientes.

Já a proteção veicular é comercializada por cooperativas sem fins lucrativos. Nesse modelo, o rateio das despesas é dividido entre os sócios pela contribuição mensal. Mas neste caso, como não há uma legislação específica que determine o funcionamento das associações de proteção veicular, elas ficam amparadas apenas na lei que regulamenta todos os tipos de associações no país. Hoje, abocanham quase um quarto do mercado de seguros e têm cerca de quatro milhões de associados no Brasil, segundo a Federação Nacional de Seguros Gerais (FenSeg).

A Confederação Nacional das Seguradoras (CNseg) comemora a decisão do STF que derrubou a lei mineira. "A lei foi uma tentativa de regularizar algo de forma inadequada. O setor de seguros acaba tendo uma concorrência desleal. Como as associações não pagam os mesmos tributos e não têm um fundo para fazer frente às suas obrigações, oferecem um preço menor ao consumidor", pondera a diretora jurídica da entidade, Glaucete Carvalho.

Ela avalia que, sem a lei estadual, as associações ficam à margem da lei. "Em certa medida, elas não têm mais uma boa desculpa", pontua. Para consultar as empresas que estão regularizadas na Susep e que têm autorização para comercializar seguros, o consumidor deve acessar a relação de empresas disponível no site do órgão.



Faça Seguro com um corretor. É mais seguro!

RECUPERACHOCK

A 30 ANOS NO MERCADO
4 ANOS DE GARANTIA NA PINTURA

(27) 3020-5900

 (27) 99964-1993

  / RECUPERACHOCK
SIGA NOSSAS REDES SOCIAIS!

Av. Mal. Mascarenhas de Moraes, 1717, Monte Belo-Vitória-ES



Sala de visitas

O Presidente do Sincor-ES recebeu em 14 de agosto, a visita de seu dileto amigo Ruy Alves dos Santos-(Ruy San) consultor de vendas da Relva-FIAT que opera com venda direta dos veículos da marca FIAT. Pela parceria firmada, Ruy atende pessoalmente aos

interessados -(Corretores de Seguros-associados)- , bastando para tanto que os interessados solicitem visita presencial através dos telefones:- 27-3361-8500, 27-99651-8411 ou através de seu endereço eletrônico, ruy@san@relvaveiculos.com.br



Confraria das Quintas

A Confraria das Quintas, todos já sabem, amigos e colegas do mercado segurador capixaba se reúnem todas as quintas feiras no mesmo shopping e não precisa de convite para participar.



O presidente do SINCOR recebeu na manhã do dia 16 de agosto a visita de sua estimada amiga, a Major Sônia da policia militar para contar novidades sobre a nova edição de seu livro que será lançado em Vitoria, e no Chile. Após o lançamento, nossos leitores irão receber novas noticias sobre seu conteúdo histórico, que por certo não foi divulgado como deveria em nosso estado e no nosso país como um todo.

Assessor Jurídico do Sincor-ES

O Sincor-ES assinou convênio com Dr. Winicius Masotti, advogado especializado em Direito Trabalhista, A consultoria jurídica aos corretores associados é gratuita. Cabendo as partes, combinarem os honorários a serem pagos em caso de serviços contratados.

No dia 02 de agosto, quem também esteve visitando o sindicato foi nosso amigo e parceiro, Sandro de Mello Torres, para agradecer a parceria do Sincor-ES com a HDI Seguros enquanto gerente da filia Vitória. Sandrão, como é conhecido no meio além de diretor do CVG-ES é também um frequentador assíduo das reuniões das quintas de nossa confraria. Sandro se desligou da seguradora para seguir novos rumos em sua vida.



Você Sabia ?

FICA A DICA

Esta aberta a temporada de observação da baleia jubarte e milhares de animais da espécie já estão na costa capixaba.

Da Enseada do Suá partem os passeios, e as inscrições podem ser feitas no site www.queroverbaleia.com. As baleias podem ser vistas 100% das vezes entre os meses de julho a outubro, período que chamamos de alta temporada, explica o coordenador do projeto, Amigos da Jubarte.

RUA DA LAMA

O projeto de reurbanização da Rua da Lama em Jardim da Penha-Vitória, ganhou data para ser entregue a população da capital: a primeira quinzena de setembro. A obra pretende transformar o local em um polo gastronômico e espaço para programações culturais, e conta com um investimento a ordem de R\$ 4,5 milhões.

INFELICIDADE

Dados de uma pesquisa anual realizada em 2022 apontam que o mundo está no nível mais alto de infelicidade. O Relatório Global de Emoções, feito pela Gallup, aponta que em uma escala de 0 a 100, o indicador de experiências negativas se manteve em 33 pontos, como em 2021, sendo o mais alto patamar desde o início do estudo realizado em 2016.

DOAÇÕES EM VIDA

Com a Reforma Tributária, um questionamento tem sido feito: é melhor doar bens e herança em vida ?

No Espírito Santo, segundo advogado consultado, planejar com calma a sucessão patrimonial é o mais indicado para que surpresas e Litígios sejam evitados. "Atualmente, o ITCMD, que é o imposto pago sobre heranças e doações, é fixo em 4% no Estado. Com a reforma tributária, se mantido o texto, a tributação será progressiva e, com isso, o imposto pode chegar até 8%, como já acontece no Rio de Janeiro.

USO DE CEROL

São recorrentes no Estado os acidentes com linha com cerol, produto usado em pipas. Uma criança de apenas 2 anos teve o pescoço cortado enquanto brincava no quintal de casa em Guarapari.

Na Serra, uma motogirl foi atingida ao fazer entrega naquele município. Até casas ficaram sem energia por causa das perigosas linhas de cerol.

QUEIJOS NO ESTADO

Seis queijarias capixabas foram premiadas nacionalmente em um concurso durante a 6ª edição do Prêmio Queijo Brasil, ocorrido em Blumenau-Santa Catarina. Queijarias de Domingos Martins, Alegre, João Neiva e Venda Nova do Imigrante levaram um total de 18 medalhas.

Bradesco Seguros lança campanha nas redes sociais



A Bradesco Seguros lançou, no dia 30 de julho, em TV aberta, uma campanha de Seguro com Tadeu e o próprio boneco, "Tadeuzinho", sobre a importância do produto para a população. Como continuação, a companhia lançou, esta semana, vídeos, com tons de humor, para as redes sociais, com o objetivo de responder as principais dúvidas dos internautas sobre a proteção para automóveis.

Alexandre Nogueira, diretor de marketing do Grupo Bradesco Seguros, acredita que o conteúdo solto nas principais redes sociais da companhia é fundamental para a campanha, especialmente, por ter caráter leve e divertido. "Sempre será nossa prioridade conhecer todas as necessidades e expectativas do nosso segurado e dos corretores parceiros, e nada melhor que o bom humor para trazer as principais mensagens dos produtos oferecidos por nós.", destaca o executivo da seguradora.

Em um dos vídeos, Tadeu Schmidt responde, a uma internauta, que esqueceu as chaves dentro do carro trancado. Com bom-humor, Tadeuzinho orienta que a segurada utilize uma vara de pescar para conseguir resgatar o objeto, mas, rapidamente, foi repreendido pelo apresentador e jornalista Neste momento, Tadeu explica a Assistência Dia e Noite que, além de contar com vários benefícios, também oferece chaveiro 24 horas.

A campanha "Fala, Tadeuzinho" está disponível nas redes sociais do Grupo Bradesco Seguros para quem quiser conferir.



**RECEBA O SEU SEGURO DPVAT
COM RAPIDEZ E SEGURANÇA!**

**TELEFONE DE CONTATO E WHATSAPP
(27) 99753-7982 - Ivo
e-mail: ivotadeu@gmail.com**



Homenagem aos palestrantes da 5ª Jornada Capixaba do Seguro de Vida

O presidente do CVG-ES, Antonio Santa Catarina e do Sincor-ES, José Romulo da Silva, fizeram entregas de placas, em homenagem aos palestrantes da 5ª Jornada Capixaba do Seguro de Vida. Ao final, o presidente do Sincor-ES, José Rômulo da Silva, coordenou o sorteio de valiosos brindes oferecidos pelas seguradoras parceiras, pelo sindicato e também pelo CVG-ES,

A 5ª Jornada Capixaba do Seguro de Vida foi considerada um sucesso pelo Sincor-ES, CVG-ES e as seguradoras que patrocinaram o evento. O presidente do Sincor-ES, José Romulo da Silva, avalia que desde a sua primeira edição, a Jornada foi agregando valor e ficando cada vez melhor.

José Romulo acredita que o evento tem sido muito bem-recebido devido à sua abordagem, focada em aspectos práticos da comercialização dos seguros de vida. "Nós temos o cuidado de preparar um evento que dê o máximo de orientações para que os corretores se sintam motivados a diversificar suas carteiras comercializando os seguros de vida".

Durante o evento, foram encaminhados a todos os participantes, o link para preenchimento do formulário eletrônico de avaliação, contendo perguntas, cujas respostas irão permitir aperfeiçoar ainda mais as próximas edições da Jornada. O presidente espera que a maioria dos participantes respondam à pesquisa de satisfação. "Para nós do Sincor-ES e do CVG-ES, é de suma importância que os participantes como um todo respondam para que possamos, a partir das opiniões, críticas e sugestões, programar atividades que atendam aos anseios da categoria e dos nossos parceiros", afirmou.



O CVG-ES, tem por objetivo incentivar e desenvolver as relações culturais e recreativas entre seus associados visando à preservação e fortalecimento das Instituições de Seguro de Pessoas, Seguro Saúde, Previdência Privada e Capitalização.

Corretor, venha fazer parte do CVG-ES