

É seguro ou proteção veicular?

Campanha no Pátio Legal tira
dúvidas dos motoristas

página 5

página 3

Entrevista com Henrique
Brandão, do Sincor RJ

página 4

Sindicato na imprensa

página 7

Planejamento digital
para o segundo
semestre de 2018

Editorial

Roberto Santos, presidente do Sindicato



Caro leitor!

Nesta edição do **Informe** trazemos os principais resultados do primeiro semestre do ano e os próximos passos para manter uma imagem representativa do setor, tanto na imprensa como nas redes sociais. O trabalho desenvolvido

e ações executadas de um ano para cá transformaram nossa presença tímida na imprensa carioca, e quase inexistente no Espírito Santo, em resultados expressivos. Viramos porta-voz do mercado de seguros nas duas praças e marcamos presença em todas as mídias: jornal, televisão, rádio, tv paga e revista.

O grande destaque na imprensa foi o espaço conquistado, com participação de representante do sindicato, em horário nobre na TV Globo. No dia 22 de abril no Auto Esporte, pela manhã, e no Fantástico, à noite, em reportagens sobre os impactos da violência no mercado de seguros. Além disso, matéria com imagens gravadas no Pátio Legal e com a entrevista de porta-voz do sindicato foi ao ar em toda a grade da TV Band, nos noticiários local e nacional, e na TV Bandnews. A reportagem faz um alerta aos motoristas sobre a aquisição da proteção veicular.

Ainda falando deste assunto, a proteção veicular foi tema de campanha de conscientização no Pátio Legal.

Foram instalados banners e produzidas capas para automóveis, que explicam a diferença da proteção para o seguro de automóveis. O material será veiculado na traseira de ônibus que circulam por diversos bairros da cidade e também intermunicipais, que fazem o trajeto para a Baixada Fluminense.

No Facebook, viramos o jogo e, a partir de um planejamento estratégico, ganhamos novos fãs. A meta é aumentar progressivamente o número de seguidores e tudo indica que estamos no caminho certo! O planejamento digital elaborado, que você confere nesta edição, delimita as ações para chegarmos lá.

Em parceria com a ONG Defensores da Terra, foi elaborada uma campanha de posts para o Facebook sobre coleta seletiva de lixo em condomínios. O material busca esclarecer e engajar o público sobre a questão, trazendo informações e dicas de como implantar o serviço em seu condomínio.

Parceiro de longa data do sindicato, Henrique Brandão, presidente do Sindicato dos Corretores de Seguros do Rio de Janeiro (Sincor-RJ), nos deu entrevista falando sobre os frutos dessa união. Além disso, destacou a importância do corretor e a linha de atuação da instituição para os próximos meses. Outro destaque do Informe são os convidados dos almoços promovidos pelo sindicato, que reúnem nomes de evidência no mercado para a proposição de parcerias e o diálogo sobre o setor.

Expediente

Presidente: Roberto de Souza Santos (Porto Seguro);

Vice-Presidentes: Marcelo Mancini Peixoto (Prudential); Pablo Rodrigues Guimarães (Bradesco); Solange Zaquem Thompson Motta (SulAmérica); Lúcio Antônio Marques (Sabemi)

Diretores/Conselheiros Fiscais: André Lewkovitch (Liberty); Andrea Crisanaz (Generali); Andrea Louise Ruano Ribeiro (Líder DPVAT); Antonio Carlos de Melo Costa (HDI); Eduardo Fazio de Arcipppo Lima (Somp); Emerson Resck Bueno (Zurich); Flavio Rewa Moreira (Allianz); Jose Carlos Gomes Mota (Mongeral Aegon); Marcos Antonio da Silva Ferreira (Mapfre); Otacílio Pedrinha de Azevedo (Banestes); Ronaldo Marques dos Santos (Icatu); Sergio Carvalhaes de Brito (Tokio Marine)

Representante da Escola

Nacional de Seguros:
Renato Campos Martins Filho

Diretor Executivo: Ronaldo M. Vilela

Produção: FSB Comunicação

Coordenação: Fernando Santana e Viviane Moura

Redação e Edição: Helena Soares

Projeto Gráfico: Thalita Teglas

Diagramação: Aline Lima

Rua Senador Dantas, 74 / 17º andar
Centro - RJ | CEP 20031-205
Tel. 2240.9008

www.sindicatodasseguradorasrj.org.br
www.facebook.com/sindsegrjes/



Entrevista Henrique Brandão



Presidente do Sindicato dos Corretores de Seguros do Rio de Janeiro (Sincor-RJ), Henrique Brandão participou de almoço no sindicato em que foram tratados assuntos de comum interesse para as seguradoras e corretores. Associações e cooperativas de proteção veicular e a violência no estado entraram na pauta da reunião. Ele falou ainda da parceria de longa data entre o Sincor-RJ e o Sindicato das Seguradoras do RJ/ES e destacou a importância dos corretores para o mercado de seguros. Confira na entrevista abaixo:

Qual a importância da relação entre o Sindicato das Seguradoras RJ/ES e o Sindicato dos Corretores de Seguros? Há quanto tempo existe a parceria e quais projetos e ações já desenvolveram em conjunto?

A perfeita sinergia obtida nas ações de interesse do mercado de seguros é o que se pode destacar nesse relacionamento, que vem se aprofundando e consolidando há quase três décadas. Não por acaso, o Rio de Janeiro se destaca no cenário nacional no que concerne aos

projetos do Poder Público apoiados pelo setor privado, especificamente na área de Segurança Pública. Desde o início dos anos 90, o Sincor-RJ e o Sindicato das Seguradoras RJ/ES mantêm parceria que vem gerando inúmeras ações bem-sucedidas para a sociedade local. Estivemos juntos, por exemplo, quando foi criado o Boletim de Registro de Acidente de Trânsito (Brat), ferramenta fundamental para agilizar o atendimento a pessoas envolvidas em acidentes. O Sincor-RJ também participou do programa “Educar para Proteger”, que levou a cultura do seguro para as escolas, disseminando a importância do nosso mercado entre os jovens. Outro projeto conjunto de extrema relevância para a população foi a doação de 50 veículos para a polícia, o que aumentou a segurança nas ruas em uma época em que a violência, a exemplo do que ocorre atualmente, atingia níveis preocupantes no estado. Infelizmente, o Rio de Janeiro vive um momento extremamente delicado, com o recrudescimento da violência. Contudo, não tenho dúvidas em afirmar que esse quadro seria muito mais grave se não houvessemos adotado práticas que surgiram dessa parceria.

Qual a importância do corretor na relação da sociedade com os seguros?

O corretor é indispensável para a contratação de uma apólice de seguro que atenda, de fato, às necessidades do consumidor. Ele está na linha de frente, sabe o que o mercado tem a oferecer e conhece o cliente a fundo, seus anseios e demandas. Assim como quem tem problema de saúde procura um médico e quem precisa elaborar um projeto de construção contrata um engenheiro, não há como dispensar a consultoria do cor-

retor, que estudou muito e conhece profundamente o funcionamento do mercado de seguros, no momento em que o cidadão busca uma proteção para a sua família, os seus negócios ou o seu futuro.

Qual a linha de atuação do Sincor-RJ para este ano? Alguma novidade?

Como vem fazendo há alguns anos, a diretoria do Sincor-RJ direcionará o foco de sua atuação principalmente para a oferta de cursos, seminários, palestras e parcerias que venham a deixar o corretor apto a enfrentar a nova realidade do mercado. Estamos também oferecendo todo o apoio necessário para o recadastramento dos corretores de seguros do Rio de Janeiro. A preocupação do sindicato é preservar o espaço da categoria, principalmente dos pequenos corretores ou aqueles em início de carreira. Esses profissionais que não têm como investir em uma estrutura adequada para enfrentar aquela concorrência podem contar com o apoio do Sincor-RJ. Não vamos, jamais, deixá-los desamparados. Além disso, a diretoria está a postos dia e noite para interceder junto às seguradoras quando há algum impasse envolvendo nossos corretores de seguros. Estou atento a essa questão e me envolvo pessoalmente para assegurar que o corretor, independente do seu porte, receba das companhias de seguros o tratamento adequado. Afinal, é fundamental que essa relação de parceria entre corretores e seguradoras seja baseada no respeito mútuo e na plena sinergia. Somente assim poderemos oferecer à sociedade um atendimento eficaz e qualificado, permitindo que o mercado de seguros tenha um crescimento sustentável. É um compromisso nosso. Em linhas gerais, essa é a nossa grande missão.



Inserções na TV Globo, jornal O Globo e TV Bandeirantes

O sindicato conquistou no mês de maio um espaço especial na imprensa regional e nacional. Veículos relevantes de diversas mídias – impressa, televisão e online – apresentaram matérias com a participação de porta-voz e assuntos de interesse do sindicato.

O maior destaque foi no horário nobre da TV Globo. O diretor executivo, Ronaldo Vilela, participou de matéria do “Fantástico”, que falava sobre o aumento dos roubos de cargas, principalmente de aparelhos celulares. Ronaldo falou sobre o seguro para celulares, destacando que as seguradoras têm buscado não aumentar o preço, mas sim a franquia.

Caso o sindicato tivesse que pagar pelo espaço conquistado nessas mídias no mês de abril, a conta seria de R\$ 614 mil. O nome do cálculo que define esta soma é equivalência comercial e leva em conta os valores cobrados para publicidade. A quantia é um índice da relevância e alcance atingidos com as publicações em determinado período!

Valor total: R\$ 614.261,32

DIVISÃO POR MÍDIA

Rádio e TV: R\$ 598.904,87

Impresso: R\$ 11.034,00

Online: R\$ 4.322,45

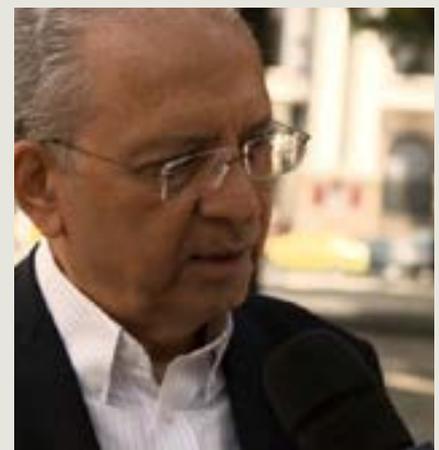


No mesmo dia da inserção no Fantástico, o sindicato já havia marcado presença na grade da emissora pela manhã, em matéria no Auto Esporte. O tema foi o aumento da violência, principalmente no Rio de Janeiro, e como isso afeta no seguro de automóveis. O diretor executivo destacou os baixos índices de recuperação de veículos no estado como uma das justificativas para o alto preço do seguro.

Com a divulgação dos dados do Instituto de Segurança Pública (ISP) sobre os índices de violência, após o primeiro mês de intervenção federal na segurança do Rio de Janeiro, o jornal O Globo publicou matéria sobre o assunto. A participação do sindicato foi para explicar como o aumento da violência afeta o preço dos seguros e quais são as perspectivas para o mercado de seguros com os resultados da intervenção. O texto foi replicado na versão online do veículo.

A rede Bandeirantes foi até o Pátio Legal gravar imagens para matéria sobre

a escalada dos índices de roubo e furto de veículos, além de entrevistar porta-voz do sindicato. O material foi aprofundado para um conteúdo especial que investigou a atuação das associações e cooperativas que vendem proteção veicular, resultando em matéria de denúncia contra essas entidades. A reportagem foi veiculada no Jornal do Rio (local), Jornal da Band (nacional) e na programação da TV Bandnews.





Campanha de conscientização sobre seguro e proteção veicular

O Pátio Legal contou com diversas ações do sindicato no primeiro semestre de 2018. Buscando conscientizar os motoristas que vão buscar seus veículos, foram colocadas em prática iniciativas que diferenciam os que possuem seguro dos que usam os produtos vendidos por cooperativas e associações.

No Pátio, foram instalados três banners (dois na área externa e um na área interna) que trazem informações e dicas explicando as garantias oferecidas pelo seguro de automóvel e evidenciando a não regulamentação das associações e cooperativas. A necessidade surgiu após pesquisa, feita com os proprietários atendidos no local, indicar que muitos deles possuem a chamada proteção veicular e a classificaram, erroneamente, como seguro de veículos. O sindicato percebeu a necessidade de alertar os motoristas dos problemas que podem vir a enfrentar com a compra da proteção veicular.

Outra ação para disseminar a mensagem foi a confecção de 70 capas especiais para proteger os carros segurados. As coberturas trazem a frase “Seguro de verdade protege o seu veículo”, ampliando a mensagem-chave das seguradoras. Além disso, 100 veículos segurados também receberam, gratuitamente, uma higienização com lavagem externa e aspiração no interior antes da entrega aos motoristas. A ideia é tornar esse serviço padrão

para todos os carros com seguro, como um serviço especial oferecido pelas seguradoras.

Ainda no mote da conscientização, foi elaborada uma campanha de mídia voltada para ônibus. A ação consiste na produção de adesivos, que serão colocados na traseira dos ônibus com a seguinte mensagem: “Seguro de carro e proteção veicular não são a mesma coisa! Só a Seguradora é autorizada e fiscalizada pelos órgãos de controle, garantindo o pagamento de indenização aos segurados”. A ação acontecerá em veículos que circulam pelo Centro do Rio de Janeiro e municípios da Baixada Fluminense, como Nova Iguaçu, Caxias, São João de Meriti, Belford Roxo, Nilópolis e Mesquita, além dos bairros de Bonsucesso, Pavuna, Centro, Acari e Jacarepaguá. As linhas foram escolhidas por circularem em regiões onde há maior presença das associações e cooperativas que comercializam a proteção veicular.



O projeto de lei 3139/15, que regulariza a atuação de cooperativas e associações de proteção veicular, recebeu parecer da Comissão Especial da Câmara dos Deputados, em Brasília. O texto prevê que essas associações paguem impostos como as seguradoras e sejam submetidas à fiscalização da Superintendência de Seguros Privados

(Susep). As cooperativas também precisarão cumprir as leis de proteção do consumidor, constituir fundo de reserva e submeter à Susep os produtos que pretendem comercializar. A proposta tramitou em caráter conclusivo. Se não houver solicitação para análise no Plenário da Câmara, o projeto será enviado ao Senado.



Coleta seletiva de lixo no Facebook



A parceria do sindicato com a ONG Defensores da Terra rendeu novos frutos. Com o apoio e orientações da ONG foi desenvolvida uma campanha para a página do sindicato no Facebook, sobre a coleta seletiva de lixo nos condomínios. O objetivo é conscientizar e engajar os seguidores a separar seus resíduos em recicláveis e não recicláveis.

A abordagem busca simplificar o tema, mostrando que é fácil e rápido fazer a própria parte dentro de casa e incentivar os outros moradores a fazerem o mesmo. O conteúdo foi pensado em quatro fases: sensibilização, mobilização, organização e qualificação. Estão previstos oito posts para cada etapa, com duração de dois meses por fase.

Um dos fundadores da ONG, Carlos Minc, destacou a importância da coleta seletiva. “É um elo essencial da rede de reciclagem, que converte lixo em insumo, poluição em emprego e renda para os catadores. Os condomínios e síndicos são elementos essenciais para organizar a rede de coleta e reciclagem, junto com a Comlurb e as cooperativas de catadores”.

Os posts serão publicados às quintas-feiras, dia da editoria “é seguro pensar verde”, criada em conjunto com a Defensores da Terra para conteúdos com o tema ambiental. Os cards da campanha são identificados com um selo criado especialmente para o material.

Na fase de sensibilização, a ideia é criar empatia, mostrar o problema e sua importância, além das vantagens em resolvê-lo. Esta fase busca explicar o que é a coleta seletiva e trazer fatos e curiosidades que o público desconhece sobre a questão. A segunda fase é de mobilização do

público. Os objetivos são sensibilizar, estimular a ação individual e coletiva e responder a pergunta “o que fazer?”.

A fase de organização vai explicar o tático, com dicas de como implantar a coleta seletiva nos condomínios. Depois de todo passo a passo e conscientização do público, chega a fase final, a de qualificação. É o momento de aprofundamento dos conteúdos trabalhados nas etapas anteriores.

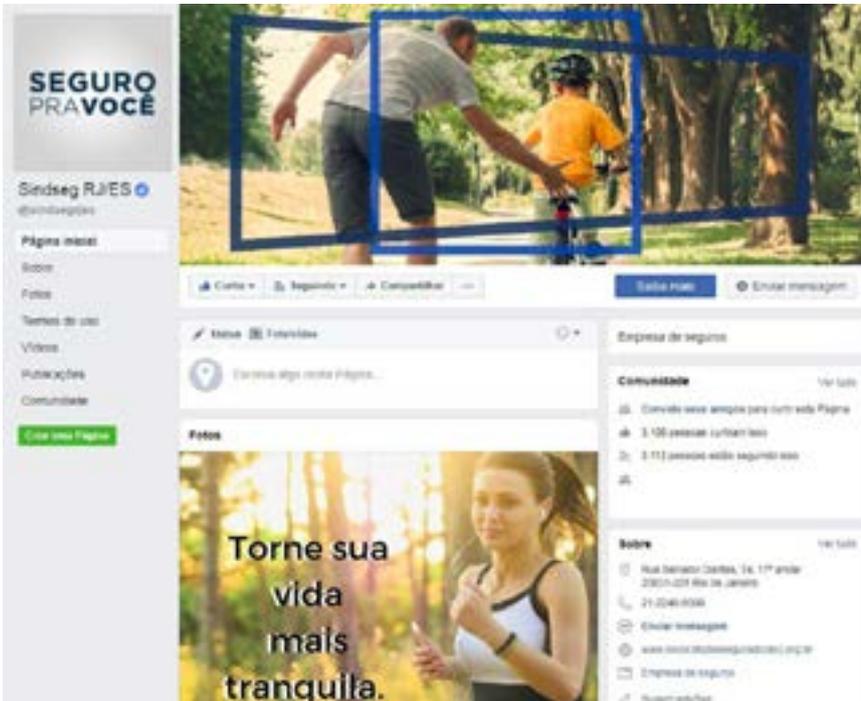
Com essa campanha, o sindicato busca manter sua vanguarda no tratamento da questão ambiental e destacar que as mensagens dos dois setores são similares. “Ambos trabalham com prevenção para diminuição de danos no futuro. No caso do segurado para segurança dele e seus próximos e no do meio ambiente para o planeta e seus habitantes”, explicou o diretor executivo do sindicato, Ronaldo Vilela.

As duas entidades mantêm parceria institucional há mais de 20 anos e o sindicato é responsável ainda por patrocinar o Curso de Formação Ecológica dos Defensores da Terra, que já formou milhares de alunos nas suas 38 edições.





Próximos passos nas redes e imprensa



Para manter o espaço conquistado na imprensa e continuar crescendo nas redes sociais, foi estruturado um plano de comunicação que reforça uma das atividades do sindicato, que é a promoção da cultura do seguro como instrumento de ampliação do mercado de seguros. A ideia é defender, valorizar e ampliar a importância de ter seguro, destacando que é uma garantia de futuro tranquilo.

Levantamento de diagnóstico concluiu que já estamos presentes nas plataformas com melhor afinidade para trabalhar as mensagens-chave do sindicato com o público de interesse. O estudo que cruza dados de audiência e a afinidade com o canal revela que a internet é o meio de maior audiência e o jornal impresso o de maior lealdade. O Facebook foi apontado como o meio de maior au-

diência no público-alvo, além da boa afinidade com a rede. Já o Youtube também tem boa penetração e é uma rede de oportunidade para criar proximidade com os públicos, gerando influência e credibilidade.

Com o diagnóstico em mãos, foram planejadas ações para gestão das redes prioritárias do sindicato. O levantamento indicou que os homens têm mais interesse em seguro de vida e as mulheres em residencial e de saúde. Para atingir com mais assertividade esses públicos, as campanhas terão targets diferenciados. O Sr. Sinistro, personagem já presente nas postagens, falará sobre seguro de vida com posts direcionados aos homens. Além disso, foi criada a Sra. Apólice, porta-voz dos posts direcionados às mulheres sobre seguro residencial e saúde.

Os dois personagens também serão os protagonistas de uma websérie para o Youtube que evidencia as situações do dia a dia e o tipo de seguro ideal para cada uma delas. Ainda no Youtube, será produzida uma série de entrevistas “SindSegResponde” em que os diretores das seguradoras vão tirar as principais dúvidas dos usuários sobre os mais variados tipos de seguros.

O conceito “Seguro pra você”, que surgiu como assinatura das postagens ao longo do ano passado, será reforçado e ampliado, deixando de ser só uma hashtag e se tornando a cara do sindicato no Facebook. Além disso, será criada uma editoria de posts do conceito, com dicas de hábitos positivos para uma vida segura como, por exemplo, fazer exercício, ter boa alimentação e saber usar o dinheiro de forma correta.

Para atrair novas pessoas para a conversa sobre os temas de interesse do sindicato, outra ação prevista para este ano é o contato e parceria com os influenciadores digitais, pessoas que já têm relevância e influência nas redes falando sobre seguros. Através dessas pessoas, a mensagem do sindicato é facilmente amplificada.

De presença tímida, o sindicato tornou-se referência na imprensa no Rio de Janeiro e no Espírito Santo. A missão agora é reforçar a entidade como porta-voz do setor nas questões regionais. Para isso, estão previstos encontros de relacionamento com jornalistas relevantes e estratégicos e *lives* nas páginas dos jornais O Globo e Extra.



Seguro comemora 210 anos no Brasil

Em 14 de maio foi comemorado o Dia do Seguro, que marca a chegada desse mercado ao país. Já são 210 anos de história no Brasil da atividade, que surgiu há séculos. Em 1808, com a abertura dos portos brasileiros ao comércio internacional, sur-

giu a necessidade da reposição dos investimentos em embarcações e produtos transportados que sofriam eventuais perdas.

Naquela época, o seguro ajudou a viabilizar o comércio marítimo no Brasil. E até hoje ocupa posição de

importância na geração de empregos e desenvolvimento da economia e do bem-estar social. O setor participa com mais de 6% do PIB nacional e planeja continuar crescendo, ajudando no desenvolvimento do país e na proteção de todos os brasileiros.



Institucional Almoços no sindicato

Diálogo com autoridades do setor

Os almoços do sindicato nos primeiros meses de 2018 receberam convidados do setor para trocas produtivas dos principais interesses em comum aos envolvidos. Em março, quem marcou presença foi Henrique Brandão, presidente do Sindicato dos Corretores de Seguros do Rio de Janeiro (Sincor-RJ). Foram tratados temas como a proteção veicular e a importância e valorização do corretor de seguros.

No mês de abril, o sindicato recebeu o presidente da Federação Nacional dos Securitários, Isaú Chacon, e o presidente do Sindicato dos Securitários do RJ, Adolfo Lima. O principal assunto foi garantir a parceria, diálogo e boa relação entre as empresas e os trabalhadores do setor de seguros.

O superintendente da Superintendência de Seguros Privados (Susep), Joaquim Mendanha, esteve no sindicato em maio representando



Isaú Chacon, presidente da Federação Nacional dos Securitários



Joaquim Mendanha, superintendente da Superintendência de Seguros Privados (Susep)

o órgão controlador do setor. A regulação das associações e cooperativas que oferecem proteção veicular foi o tema central do almoço. Joaquim apresentou a visão da Susep sobre o projeto de lei que está na Câmara dos Deputados sobre o assunto.

“Temos uma perspectiva positiva do texto do parecer aprovado pela Comissão Especial, e a regulamentação vai separar o que é marginal do que não é. Estimamos que cerca de 70% dessas associações devem desaparecer com a nova norma”, destacou.