



# Opinião Acadêmica

Edição nº 30 - setembro/2014

## Oportunidades combinadas

Dilmo Bantim Moreira\*

A maioria dos brasileiros tem o desejo de adquirir um veículo, principalmente se moram em uma metrópole. Logo após realizar essa meta, um dos primeiros pensamentos que vêm à mente é protegê-lo. É através deste caminho que muitas pessoas fazem seu primeiro contato com os corretores e as seguradoras – pelo seguro de automóvel - mas esse não precisa ser o único, pois a venda de um produto de seguro, necessariamente, não exclui a de outro. Afinal, se o que é importante e precioso tem de ser protegido, o que poderia ser mais importante que a vida e os aspectos ligados a ela?

Quando efetuada uma entrevista direta e abrangente com um possível segurado através de um profissional especializado, ajudando-o a identificar riscos e sugerindo-lhe alternativas securitárias adequadas, a utilidade e vantagem do seguro começam a se tornar evidente.

Os conhecidos “seguros de benefícios” abrangendo estes os de pessoas, capitalização, previdência privada e saúde há tempos se fazem presentes no cotidiano das famílias e da economia.

Essencialmente simples, os seguros de pessoas - entre os quais se incluem o de vida e de acidentes pessoais - podem oferecer coberturas que abrangem morte, invalidez (profissional ou não), diárias de afastamento, reembolso de despesas hospitalares, diárias de incapacidade e ainda serviços variados de assistência como funeral, residência, viagem, entre outros.

Já a capitalização e a previdência complementar são instrumentos acessíveis à população em geral, com a capacidade de, assim como os seguros de pessoas, minimizar impactos negativos futuros.

Os títulos de capitalização, sendo inclusive componentes de produtos que substituem a figura do fiador em contratos imobiliários, são documentos de crédito formadores de aplicações passíveis de resgate e que também podem ter agregados a si sorteios.

Quando se fala em futuro, automaticamente pensamos em aposentadoria e, considerando a elevação da idade e a redução progressiva dos valores garantidos pela previdência pública, a consciência da maior parte da população se abre para a necessidade de se preparar para esta fase da vida.

Os planos de previdência privada (ou complementar) podem auxiliar na manutenção da qualidade deste futuro, cumprindo uma relevante tarefa de ajuda à manutenção da estabilidade financeira das pessoas e suas famílias.

Quando se trata de busca de qualidade de vida, planos de saúde e odontológicos ocupam lugares no topo da lista de desejo dos brasileiros, assim, não é por acaso que apenas 26% da população possuem assistência médica privada.

Empresas utilizam esses benefícios de forma isolada ou combinada como parte da estratégia para criar pacotes de vantagens e, até mesmo, reter talentos em seus quadros de empregados.

De toda forma, o conhecimento da realidade do cliente e a empatia com este, a atualização quanto às opções de produtos disponíveis no mercado e a capacidade de comunicação e expansão da rede de contatos, impulsionam o sucesso da negociação e geram confiança que pode se espalhar de forma viral.

Estudo realizado pela consultoria McKinsey levantou pontos importantes do mundo empresarial e suas formas de se comunicar com os clientes. Destacam-se:

- A recomendação pessoal de produtos é o fator principal para 20% a 50% das compras, acima da propaganda;
- A influência é ainda maior se é o caso da primeira compra ou quando estes produtos são relativamente caros;
- Os meios digitais ampliaram e aceleraram o alcance da recomendação pessoal. No passado, isto era um fato apenas entre pessoas que se conheciam ou eram referência de consumo;
- Muitas vezes o consumidor opera na base de “um para muitos”, ou seja, opiniões e análises de produtos são divulgadas de forma online usando as redes sociais. É comum até mesmo criar sites ou blogs para elogiar ou

denunciar a qualidade dos produtos e serviços. Em seguros, especialmente, pela relação de consumo de alta complexidade – pré e pós-venda, o aspecto da disseminação da informação é provavelmente ainda mais relevante.

Considerando que a aquisição dos seguros aqui tratados envolvem pagamentos que se realizam por grandes períodos de tempo, é importante que seus custos estejam alinhados com o orçamento dos indivíduos e/ou das famílias, garantindo desta forma que sua continuidade de pagamento seja preservada por meio do desenvolvimento da firme consciência de sua necessidade e benefícios inerentes.



**\*Dilmio Bantim Moreira**

É presidente do CVG/SP, Acadêmico e Diretor de Relacionamento com o segmento de Previdência Privada e Vida da Academia Nacional de Seguros e Previdência, atuário, membro da Comissão Técnica de Produtos de Risco da FENAPREVI e instrutor em seguros de Riscos Pessoais e colunista em mídias securitárias.

---

[Voltar](#)

---

## Academia Nacional de Seguros e Previdência

Esta publicação online se destina a divulgação de textos e artigos de Acadêmicos que buscam o aperfeiçoamento institucional do seguro. Os artigos expressam exclusivamente a opinião do Acadêmico.



**Expediente - Diretor de comunicações:** Rafael Ribeiro do Valle | **Conselho editorial:** João Marcelo dos Santos (Coordenador) | Dilmio Bantim Moreira | Felipe M Paes Barretto | Homero Stabeline Minhoto | Osmar Bertacini | **Produção:** Oficina do Texto | **Jornalista responsável:** Paulo Alexandre | **Endereço:** Av. São João, 313 – 6º andar - Centro - São Paulo, SP | **Contatos:** (11)3333-4067 ou 3661-4164 | [secretaria@anspnet.org.br](mailto:secretaria@anspnet.org.br) | [www.anspnet.org.br](http://www.anspnet.org.br) |