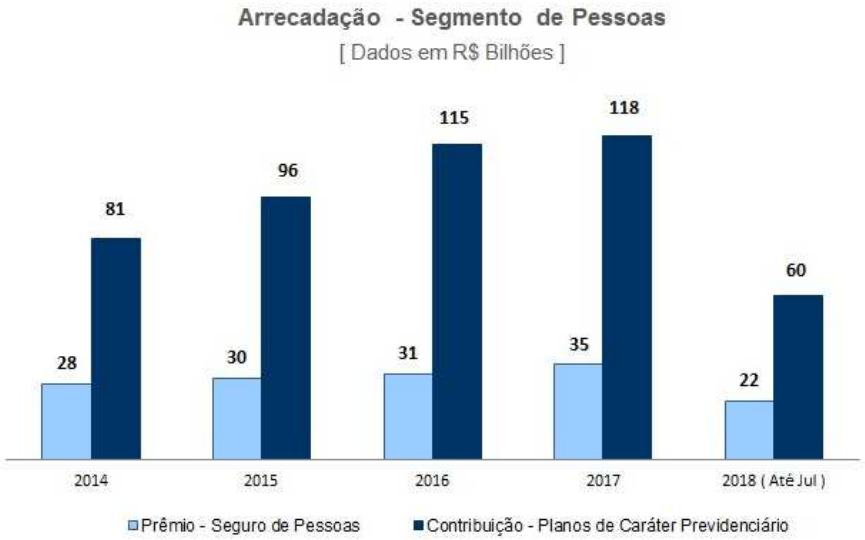
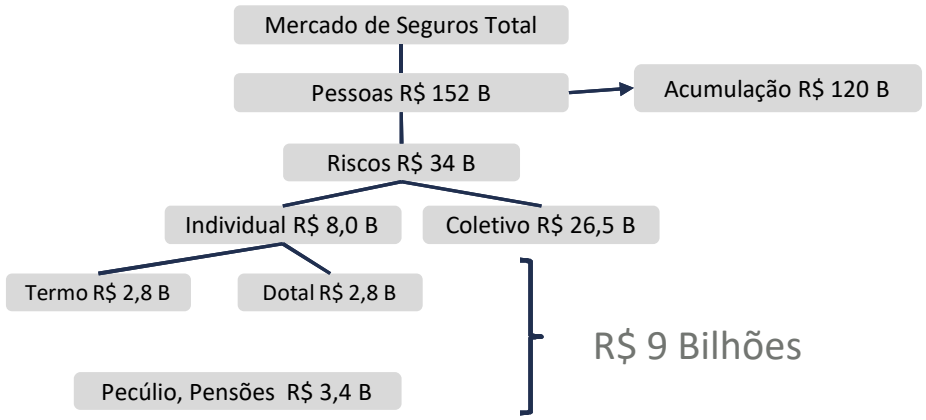
Vida Individual
Um Novo Horizonte no Brasil

control

Foco na busca de resultados para nossos clientes,
com maior eficiência e otimização de custos.

O Mercado de Seguros VI vem crescendo a uma taxa de 20% enquanto os demais produtos de Seguro de Pessoas demonstram menor taxa decrescimento





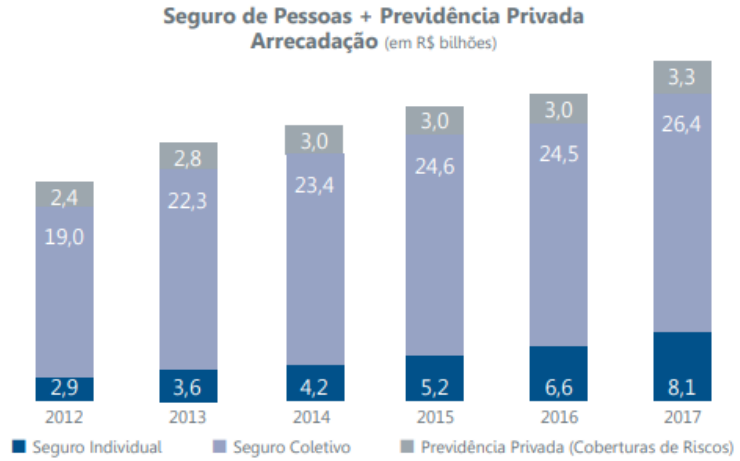
O mercado de VI continuará se expandido a uma taxa média de 20% nos próximos 3 anos.

Atualmente o produto Dotal arrecada aproximadamente R$ 3 Bilhões.

Outros R$ 3 Bilhões estão registrados como Vida Termo.

Pecúlios e Pensões respondem por mais R$ 3,4 Bilhões.

O Mercado de Seguros VI vem crescendo a uma taxa de 20% enquanto os demais produtos de Seguros de Pessoas demonstram menor taxa decrescimento.



Fonte: Susep

Fonte: Estudo da Consultoria Strategy para a FenaPrevi, 2015 (os dados do Brasil se referem à 2017).

Os produtos de pura acumulação arrecadam aproximadamente R$ 120 Bilhões.

Por outro lado a arrecadação liquida mostra tendência a decrescer (R$ 60 Bilhões)

As reservas dos participantes caminham para atingir R$ 1 Trilhão em poucos anos (atualmente R$ 800 Bilhões).

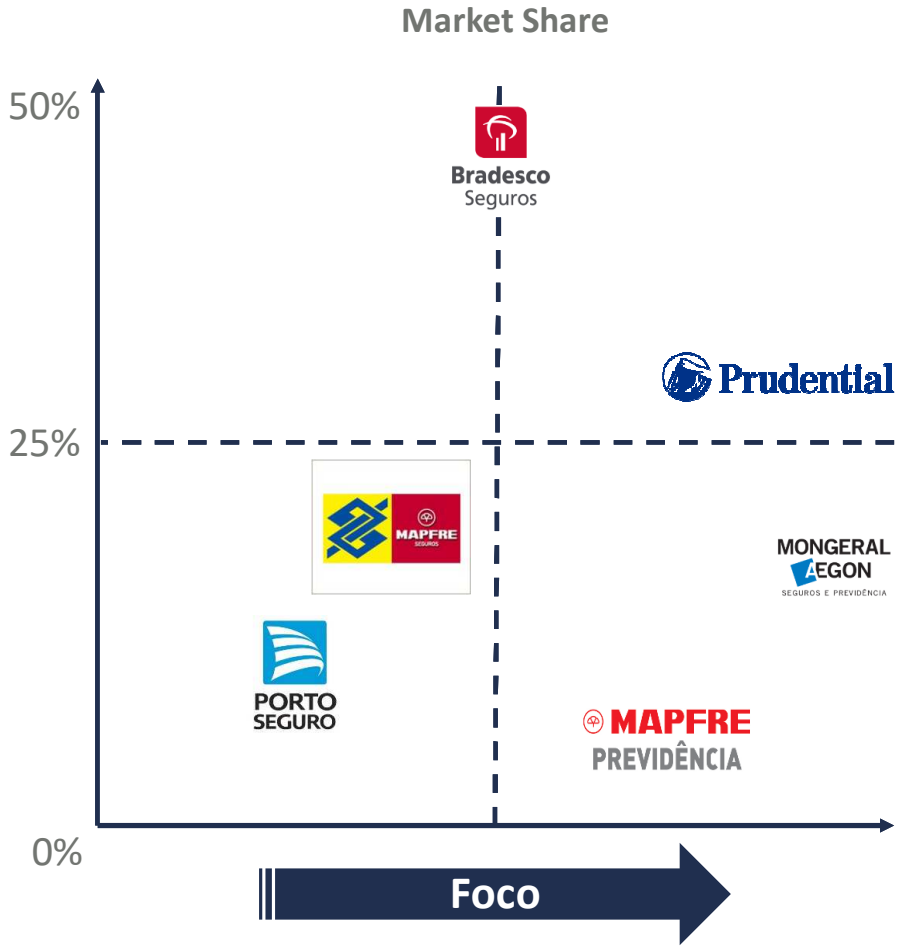
Corretores especializados ainda são a maior fonte representativa da distribuição dos produtos VI.

Seguradoras com foco em seguro Vida individual Termo, Vida Inteira e Dotal concentram 33% do Market Share.

As 2 primeiras seguradoras concentram 70% do mercado de seguro VI.

Dentre as principais seguradoras do ranking, 7 delas distribuem seus produtos através de canais independentes.

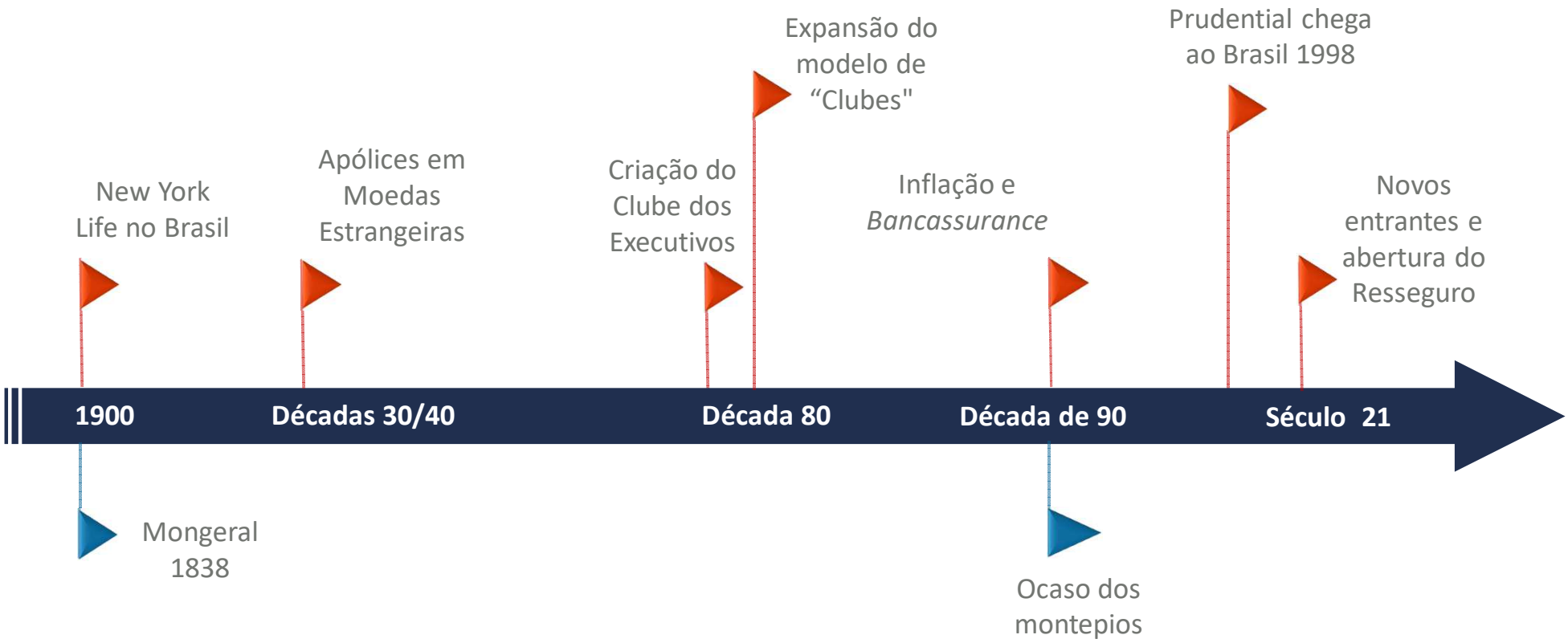
Ainda é pequena a atuação das seguradoras de vida globalizadas no mercado brasileiro.



Os principais players apresentam estratégias de atuação focadas em determinados segmentos

	Atuação e Estratégia	Comercial	Operação	Prêmio VI/Dotal R$MM
Prudential	❖ Foco nos segmentos emergentes e alta renda ❖ Alavancagem Resseguradores ❖ Cesta de produtos de proteção e riders	❖ Corretores exclusivos ❖ Formação e capacitação ❖ Acordos com Bancos/Casa de Investimento	❖ Capacitação dos underwriters com suporte dos Resseguradores. ❖ Infraestrutura com desenvolvimento prprio	1.500/78
MONGERAL AEGON SEGUROS E PREVIDÊNCIA	❖ Tradição seguros no setor publico ❖ Foco nos segmentos de renda mais alta. ❖ Produto de precificação flexível ❖ Alavancagem e aprendizagem com Resseguradora	❖ Utiliza a rede de corretores tradicionais. ❖ Modelo próprio de distribuição ❖ Parcerias e afinidades.	❖ Capacitação dos underwriters com suporte dos Resseguradores. ❖ Infraestrutura com desenvolvimento próprio. ❖ Jornada digital ❖ LIMRA conhecimento	290/60
MAPFRE PREVIDÊNCIA	❖ Foco em Investimento e proteção. ❖ Oportunidade do GAP de distribuição especializada. ❖ Suporte de Ressegurador ❖ Inovação nos produtos ofertados	❖ Utiliza a rede de corretores especializados e “cativo” ❖ Cross selling e geração de leads	❖ Capacitação dos underwriters com suporte dos Resseguradores. ❖ Infraestrutura com pessoal próprio. ❖ LIMRA conhecimento.	58/58
Bradesco Seguros	❖ Produto para todos segmentos atendidos pelo grupo financeiro e segurador	❖ Utiliza todas redes de distribuição: Corretores, Agências e Corporate	❖ infra estrutura de operações com desenvolvimento próprio e terceiros. ❖ LIMRA conhecimento.	2.900/2,6

O Seguro de Vida Individual no Brasil



Seguro VI começa a se firmar como solução de proteção no longo prazo nos segmentos de média e alta renda

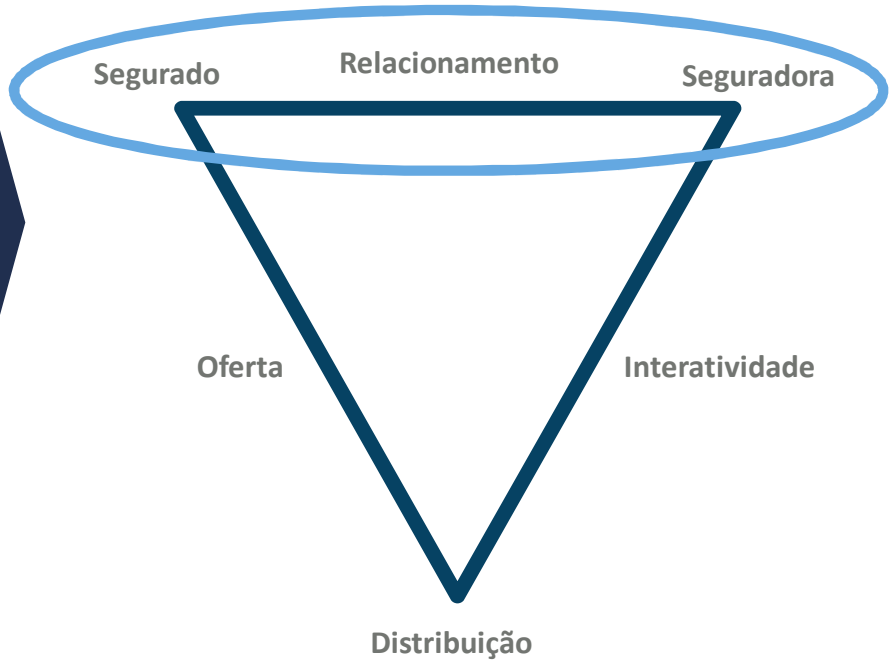
Seguradoras
Novos entrantes e seguradoras tradicionais começam a testar e analisar o mercado.

Segurado
Verifica-se um aumento da capacidade dos consumidores em pesquisar soluções de proteção e investimento fora dos veículos tradicionais. Existe também uma divulgação maior de educação financeira por meio de organismos privados e públicos.

Distribuição
Uma nova geração de corretores têm aderido e/ou sido treinados em "venda consultiva". Ao mesmo tempo consultores financeiros assumem o seguro VI como alternativa de proteção de longo prazo.

Uma boa notícia!!!!!!

No mínino, a cada ano temos R$ 130 Bilhões de "dinheiro novo" no mercado de seguros



O Seguro de Vida Individual tem enorme potencial de se tornar o veículo mais importante de proteção de longo prazo das familias

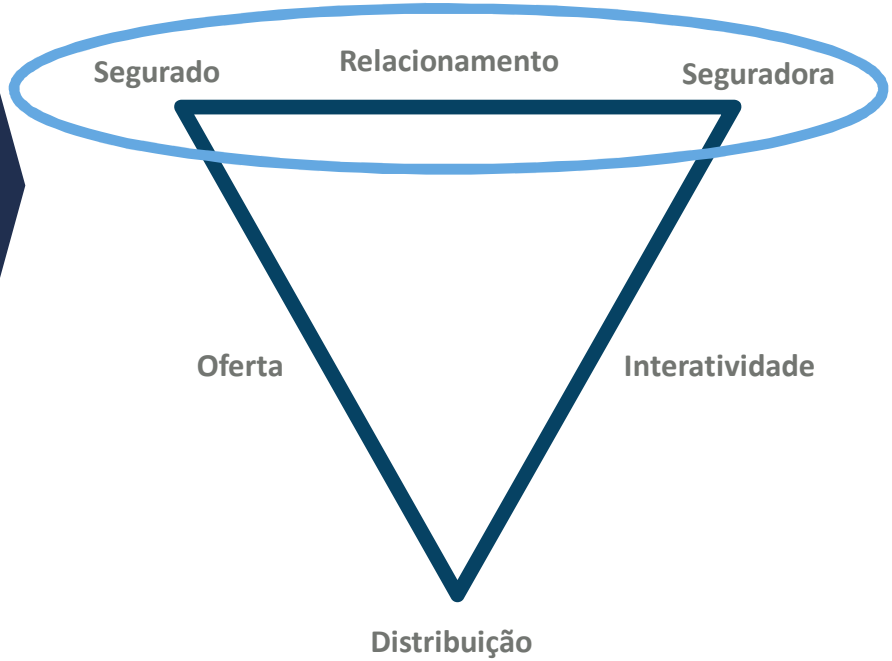
Ambiente Institucional
É cada vez mais percebido pela sociedade da necessidade de cada individuo planejar seu futuro. Mudanças inevitáveis na Previdência Social associado a longevidade tornam obvio essa constatação.

Ambiente Econômico
Novas relações de trabalho e de relacionamento entre capital e trabalho, estimularão a decisão dos consumidores pela busca de soluções individualizadas de proteção. O controle da inflação e convergência das taxas de juros a patamares internacionais criam ambiente propicio a poupança de longo prazo.

Ambiente Social
É cada vez maior (ou total!) a inserção das novas gerações aos meios globalizados de comunicação e difusão de conhecimento.

Cada 1% do PIB corresponde a R$ 60 Bilhões

O Seguro de vida nos países desenvolvidos atingem entre 6 e 10% do PIB enquanto no Brasil a penetração no PIB do seguro de vida e de 0,5%



Existem porém algumas barreiras a serem superadas no curto e médio prazo.

Tecnologia

Investimento em tecnologia de ultima geração é mandatório e fator critico de sucesso. O domínio e aplicação das novas tecnologias fará a diferença, principalmente reduzindo custos e aumentando produtividade . O grande desafio é superar os “legados”.

Modelos de Distribuição

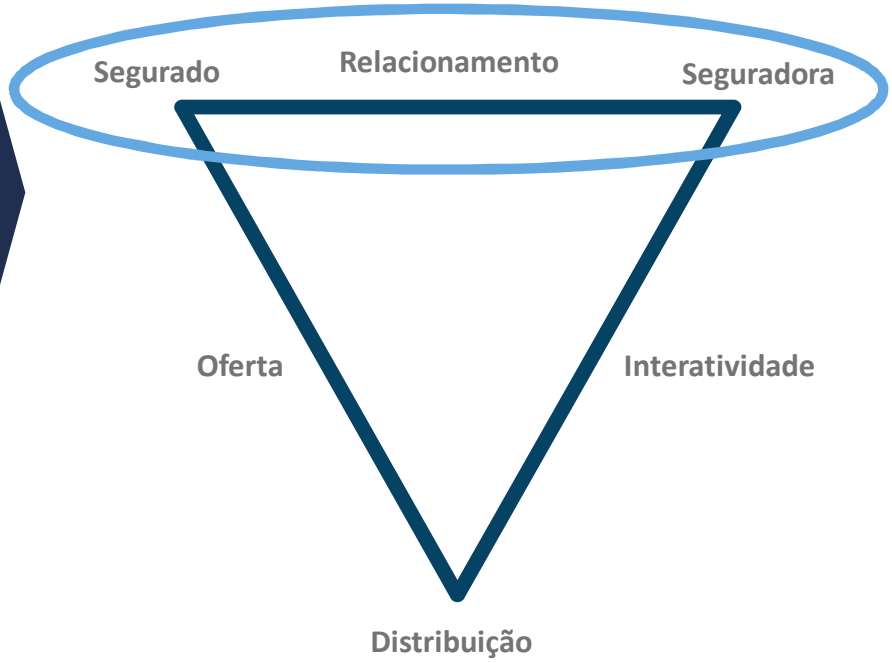
A multiplicação dos atuais canais de distribuição é o desafio. Treinamento e capacitação , compensação , fidelização dos canais, exigirão investimentos e inovações(tecnológicas ou não), haverá portanto constante olhar estratégicos das seguradoras.

Relacionamento com os Consumidores

Colocar o consumidor no centro do foco dos serviços e perceber as mudanças comportamentais e tendências dos consumidores, farão a diferença quando os produtos tendem a se tornar “commodities" O consumidor demandará cada vez mais uma oferta sustentável de longo prazo.

Regulação:

Transparência ao consumidor , solvência e capital, auto regulação, convergência de regulações globais, setoriais e etc.



Perspectivas do mercado são favoráveis porém mitigações dos riscos são necessárias.

- ❖ Crescimento econômico e recuperação da renda e emprego nos próximos anos.
- ❖ Regulamentação e previsibilidade consolidadas.
- ❖ Esgotamento do cardápio atual de produtos.
- ❖ Apetite das Resseguradoras para atuais e novos entrantes.
- ❖ Jornada digital e avanços tecnológicos .

Fatores Críticos de Sucesso:

- Capacitação e multiplicação dos canais de distribuição;
- Automação na aceitação de risco;
- Centralização das estratégias no comportamento e necessidades dos clientes;
- Atenção total na política de precificação dos riscos;
- Automação na relação com os distribuidores;
- “Marketing “ voltado para sustentabilidade e linguagem generacional.

Enquanto isso o Mundo gira ……..!

Transformações num mundo global....!

- ✓ Quais forças devemos entender?
- ✓ Quais implicações devemos prever?
- ✓ Quanto podemos criar o futuro?

Disruption
Ahead

MUDANÇA!!!

Oh No!

Indústria Global de Seguros

“As companhias de seguros tem um prato cheio”

- ✓ Mudanças regulatórias
- ✓ Evolução acelerada de como os negócios estão mudando
- ✓ Inovação e expectativa dos consumidores
- ✓ Entrantes disruptivos
- ✓ TI , TI, TI,……

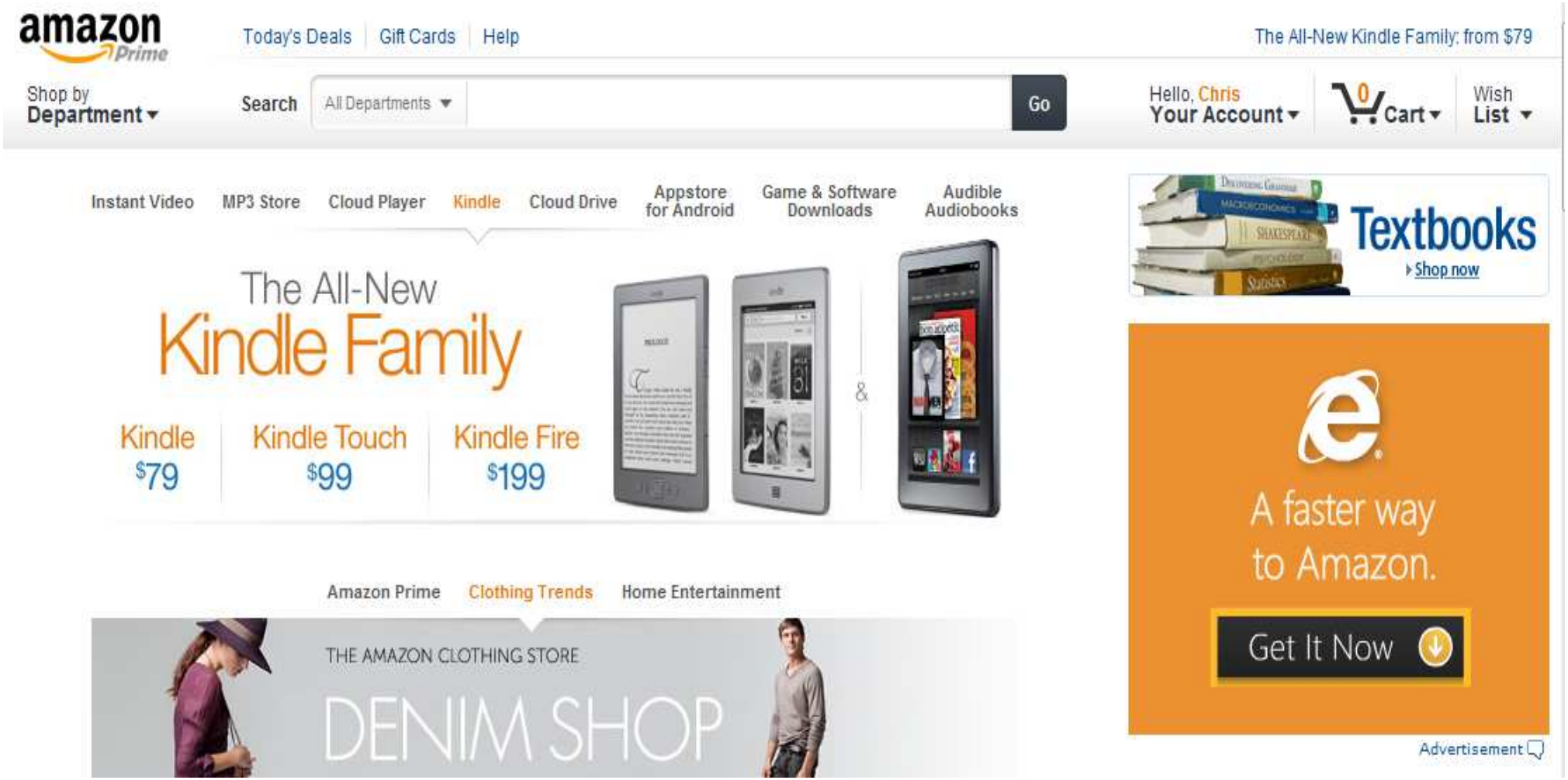
LIMRA

Amadurecimento da Indústria de Seguros: Disrupção ou Transformação?

Grandes barreiras de entrada

Experiência com/dos consumidores liderarão as mudanças

Manter o passo da experiência

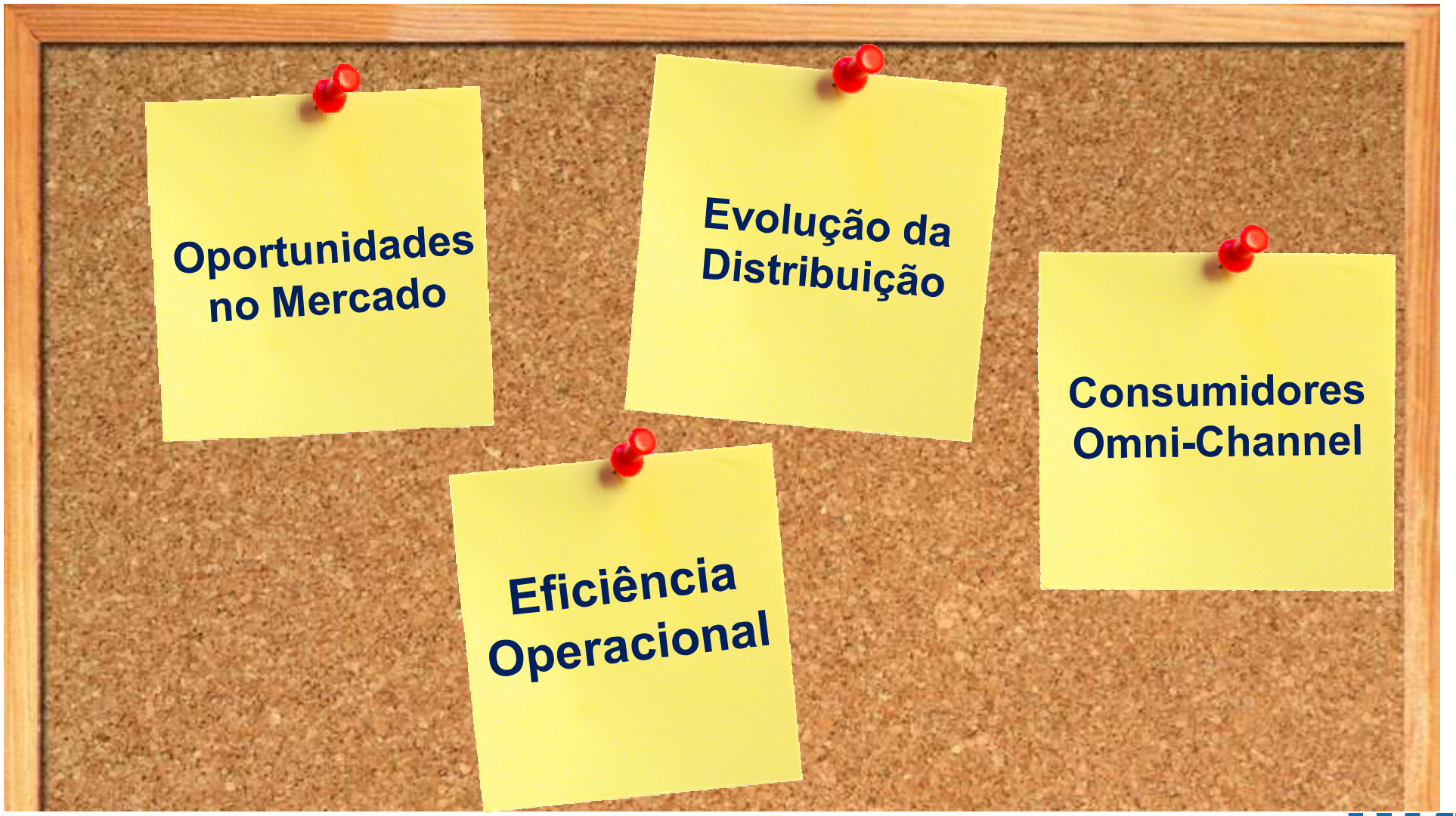


- BREAKING NEWS -

Investment News 4/30/2018

Necessidade e a mãe da inovação

Oito forças de mudanças

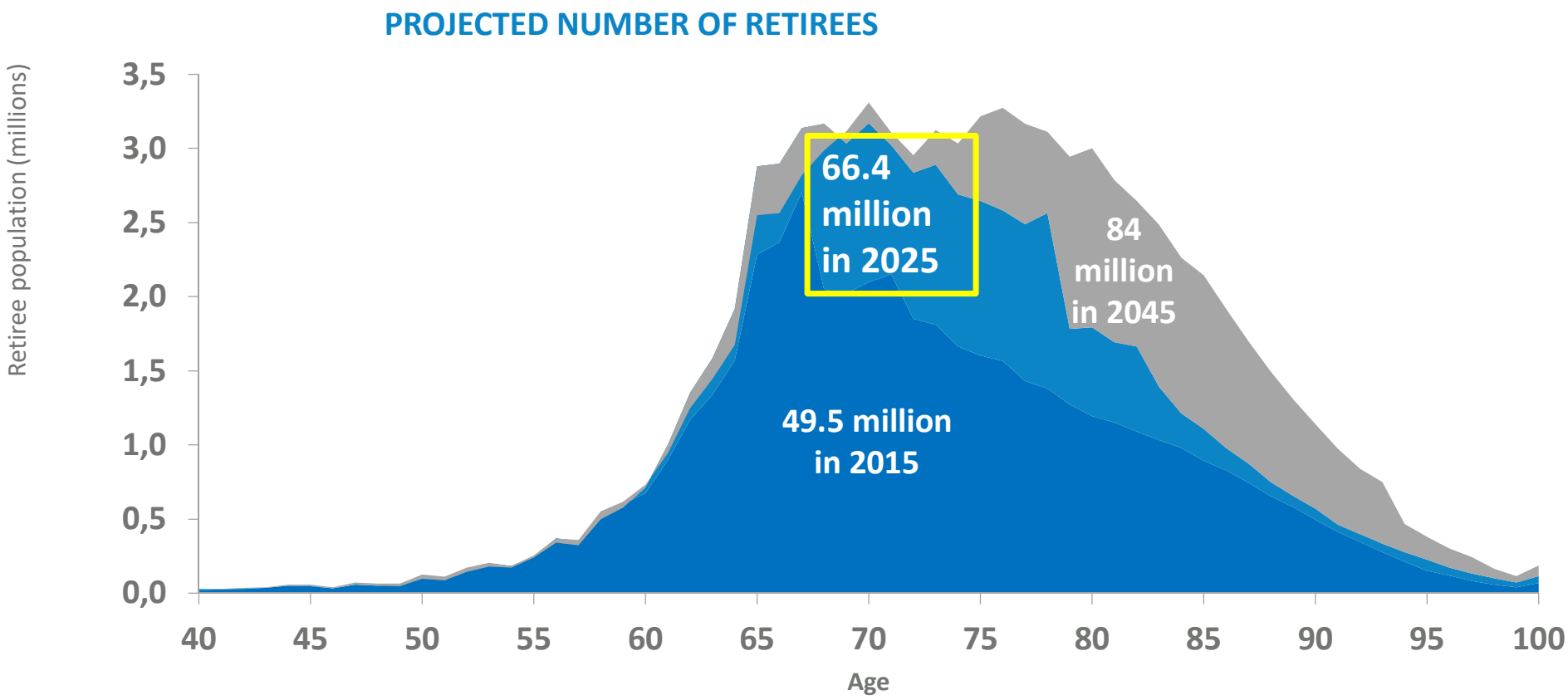

Oportunidades no Mercado
Evolução da Distribuição
Consumidores Omni-Channel
Eficiência Operacional

Regulamentação Financeira e Seguros
Evolução dos Produtos e Escolhas
Dados Digitais e Talento
InsurTech Disrupção

Mais de 100 milhões de americanos dizem que ainda precisam de Seguro de Vida

…Mas somente metade dizem que vão comprar !!!

Em 2045 existirão 84 milhões de aposentados nos USA



Source: Fact Book on Retirement Income 2016, LIMRA Secure Retirement Institute, 2016

Algumas oportunidades no BRAZIL

- 65.9% PEA - 15-65 anos
- 54% pertencem a classe média
- Classe média deseja proteção
- Planos de previdência ainda podem crescer
- Classes de renda mais baixa podem ser servidas pelo Microsseguro
- Crescimento de procura por soluções financeiras baseadas em VI

Mercado de Aposentadoria

Expectativa de vida atinge 74,4 anos

Photo: The New York Times, Feb 2018

Brazilian Wealth Market

Omni-Channel United States

- Geracional
- Etnicidades
- Status Econômico
- Negocios próprios

Omni-Channel BRAZIL

- Oferece valor adicionado na compra
- TV ou seguros?
- Mais opções de compra
- Internet / Mobile
- Engajamento nas redes sociais

DISTRIBUIÇÃO

Migração para o Mobile

- BREAKING NEWS -

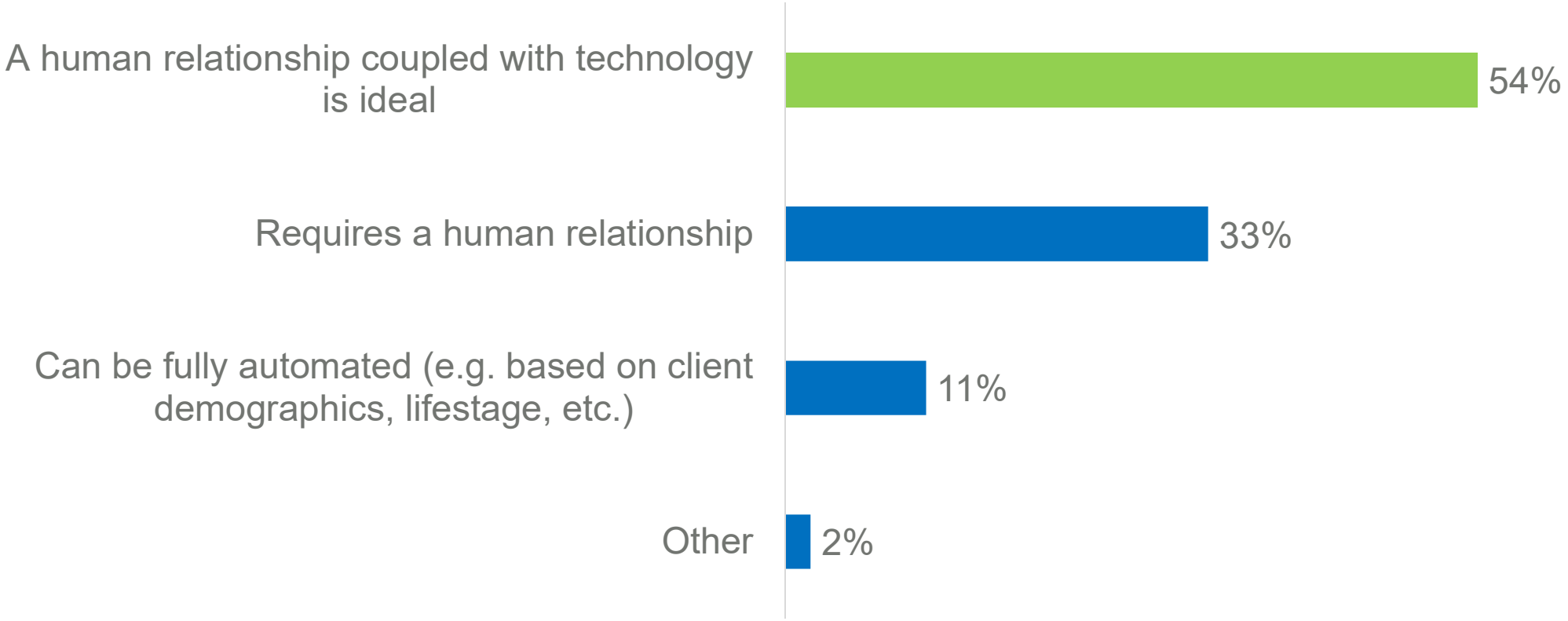
Broker World June 2018

Como o mobile está mudando o ambiente de vendas de seguros

Online no Brasil

MercadoLivre	27.7M	Online marketplace, e-commerce and online auctions
CeNiva	23.4M	Online marketplace, low cost extensive assortments of products
B2WDigital	21.7M	Online retail company
Buscapé	9.6M	Online retail
Google Shipping	8.6M	Online shopping site
Magazine Luiza	7.7M	Go to brand, classic, essential
Alibaba	6.6M	Chinese Alibaba draws Brazilian shoppers
Amazon	6.1M	On line!

A maioria dos americanos desejam usar um mix entre contatos pessoais e uso de tecnologia para obter orientação financeira.



Source: Northwestern Mutual's 2016 Planning & Progress Study

O Profissional do Futuro

FOCADO NO PODUTO

- Vendas

FOCADO NO MERCADO/SERVIÇO

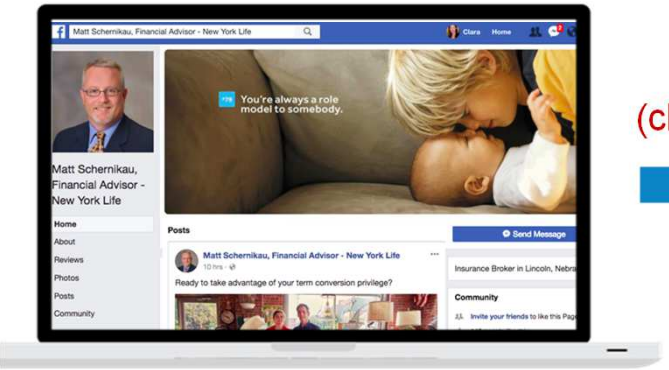
- Plano de Aposentadoria
- Consultoria de Valor Agregado

BAIXO Valor Percebido pelo Consumidor

ALTO Valor Percebido pelo Consumidor

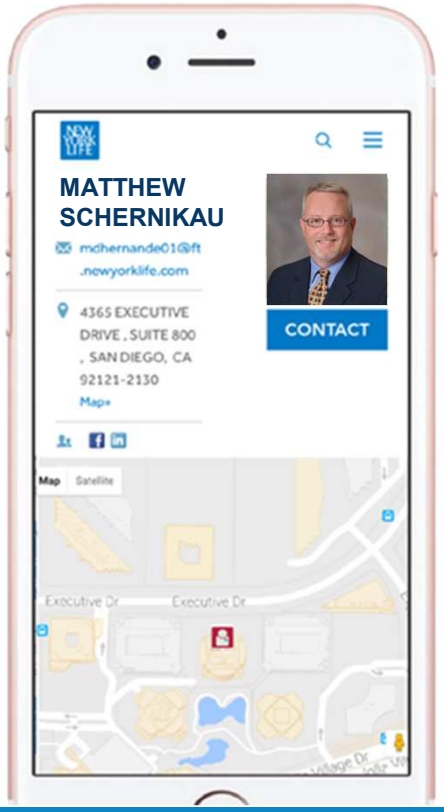
New York Life's End-to-End Advisor Digital

Social



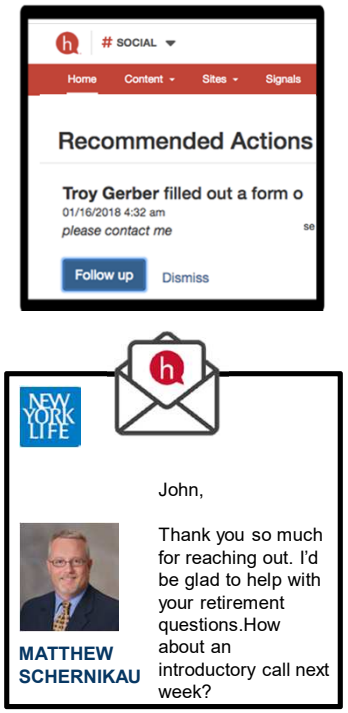
(click)

Web



(submit)

Email



Meeting Generator Templates

Call

Source: Hearsay Systems

ISI
INSURANCE
SUPERMARKET INC.

Schwab combines robo with humans to create hybrid advice model

With a $25,000 minimum, *Schwab Intelligent Advisory* will provide clients a customized financial plan and ongoing live advice from certified financial planners.

Case Study

LIMRA

Introducing a New Kind of Financial Education

SOCIETY OF GROWNUPS℠

THE ESTABLISHMENT
BY MASSMUTUAL

FAST COMPANY

WHERE MILLENNIALS LEARN ABOUT MONEY OVER PLATES OF CHOCOLATE MOUSSE WITH GINGER CREAM

LEADERSHIP 2.1K SHARES

LIMRA

Delivering a New Way to Purchase Online

FORRESTER®

Share

FOR EBUSINESS & CHANNEL STRATEGY PROFESSIONALS

Haven Life Rethinks Life Insurance Distribution For A Millennial World

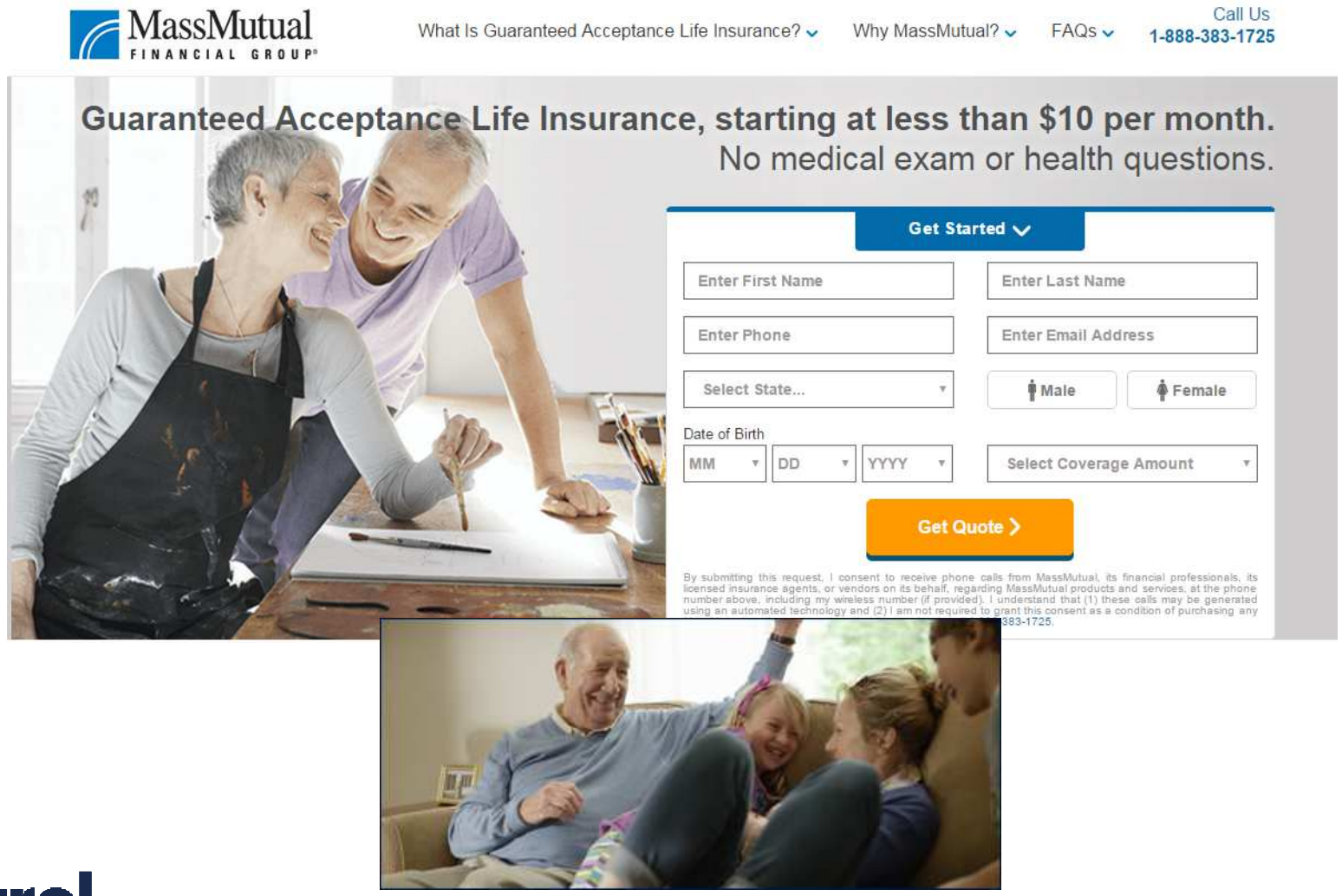
MassMutual Pilots A New Digital Insurance Agency To Meet The Needs Of Younger Customers

OCTOBER 06, 2015

Online Life Insurance Innovator Haven Life Launches in Eight New Markets Across the U.S.

LIMRA

Serving Middle Market Customers



youse
Caixa Seguradora
Seguros
Youse Friends
Sobre a Youse
Sinistro
Minha conta
#OuseEscolher
Seguro que vc monta do seu jeito
e só paga pelo que escolhe
Seguro
Auto
COTAÇÃO ONLINE
Seguro
Residencial
COTAÇÃO ONLINE
Seguro
Vida
COTAÇÃO ONLINE

Alibaba sells life insurance online

Sign In | Join Free My Alibaba For Buyers For Suppliers Customer Service

Alibaba.com Global trade starts here.™ Products What are you looking for...

About 4481 results: Security Services (3)

Home > Products > Business Services > Assurance Services **(435)**

ZOOM

Life Insurance Policy

FOB Price: Get Latest Price

Quantity 1 Acre/Acres

Please write your requirement here.

☐ Recommend matching suppliers if this supplier doesn't contact me on Message Center within 24 hours.

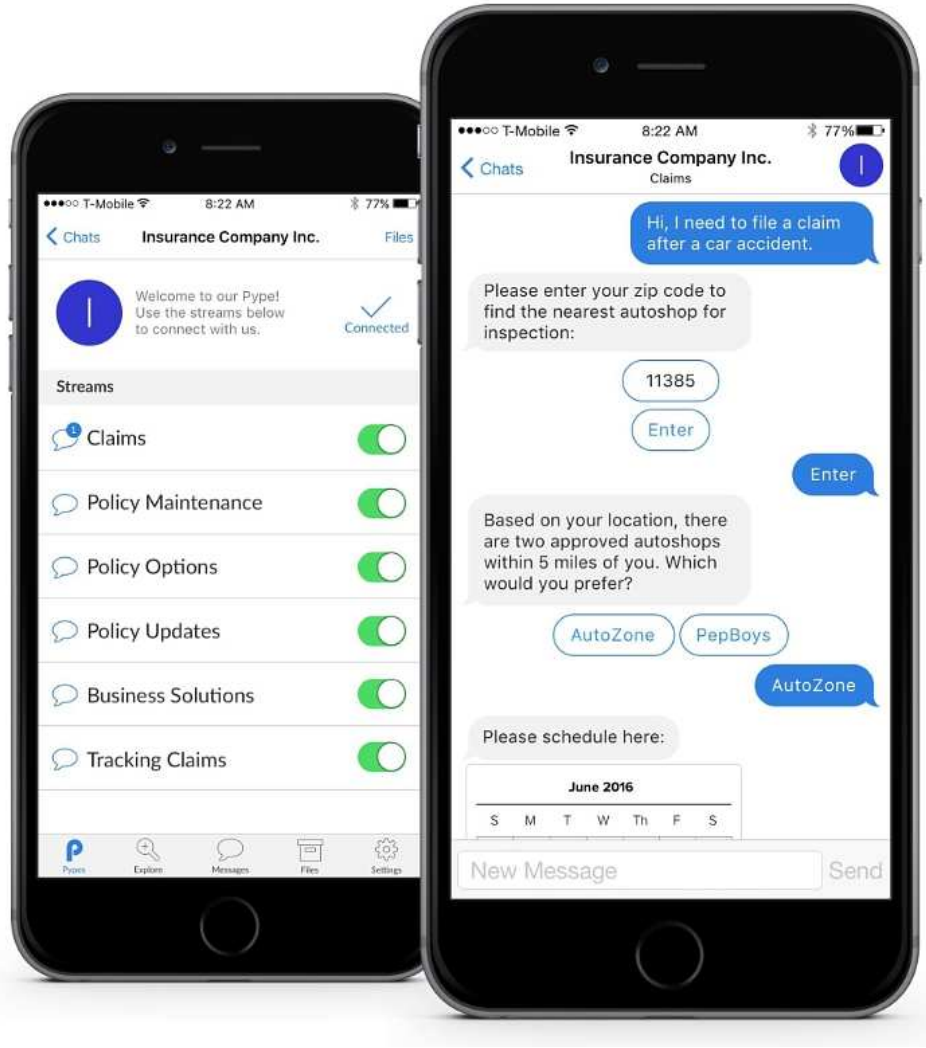
☑ I agree to share my **Business Card** to the supplier.

Contact supplier Leave Messages

Add to Inquiry Cart Add to My Favorites

pypestream

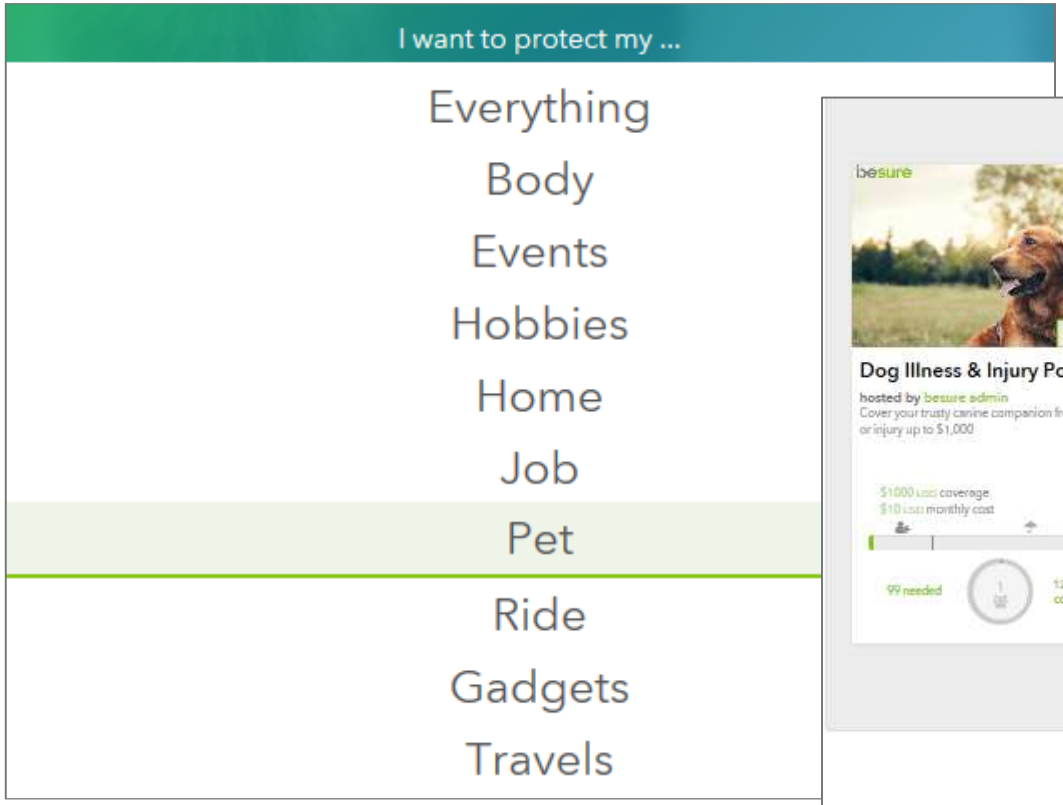
A **secure** mobile messaging platform, allowing companies to use **real-time chat** to connect with their customers.

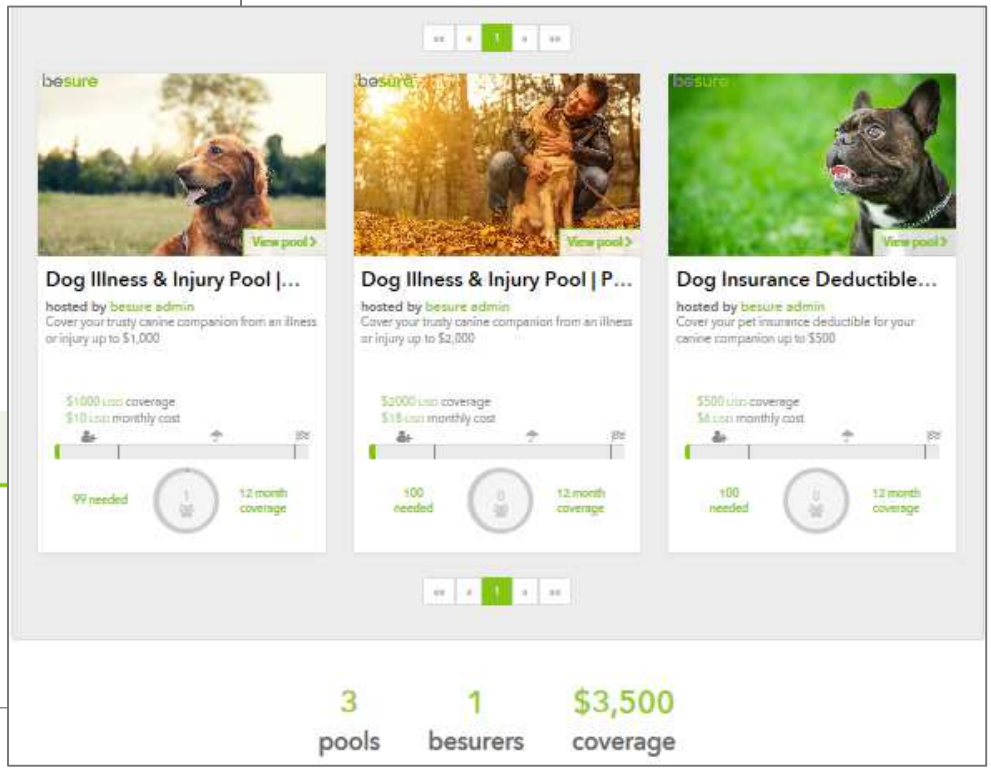


Mexican bank builds smart kiosks

80% of customers get money back each year!

New Canadian P2P insurer





The Ultimate Baby Gift

Prudential and Babylist, the fastest-growing baby registry in the United States, launched a new strategic relationship to create a crowd-funded life insurance solution designed specifically for expecting parents, which is now available as an add-on to their baby registries.

This is the first time a life insurance company has partnered with a baby registry.

Prudential

BABY LIST

HEADLINES FROM AROUND THE WORLD

- BREAKING NEWS -

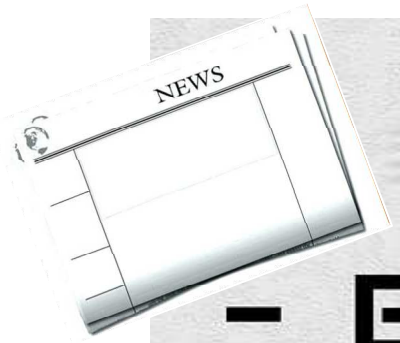
Investment New 5/14/2018

Northwestern Mutual Shutters LearnVest

- BREAKING NEWS -

Coverager

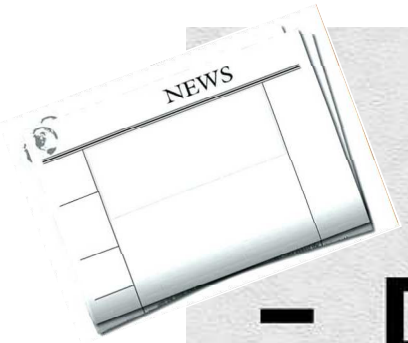
Blue, “Hong Kong’s first digital life insurer” is now live. Offering life and critical illness insurance online and via mobile. Simple product; no paperwork. Without intermediaries and commissions.



- BREAKING NEWS -

Coverager

Hong Kong-based OneDegree in the process of obtaining authorization to operate as a digital insurer. Has built a scalable end-to end digital insurance platform.

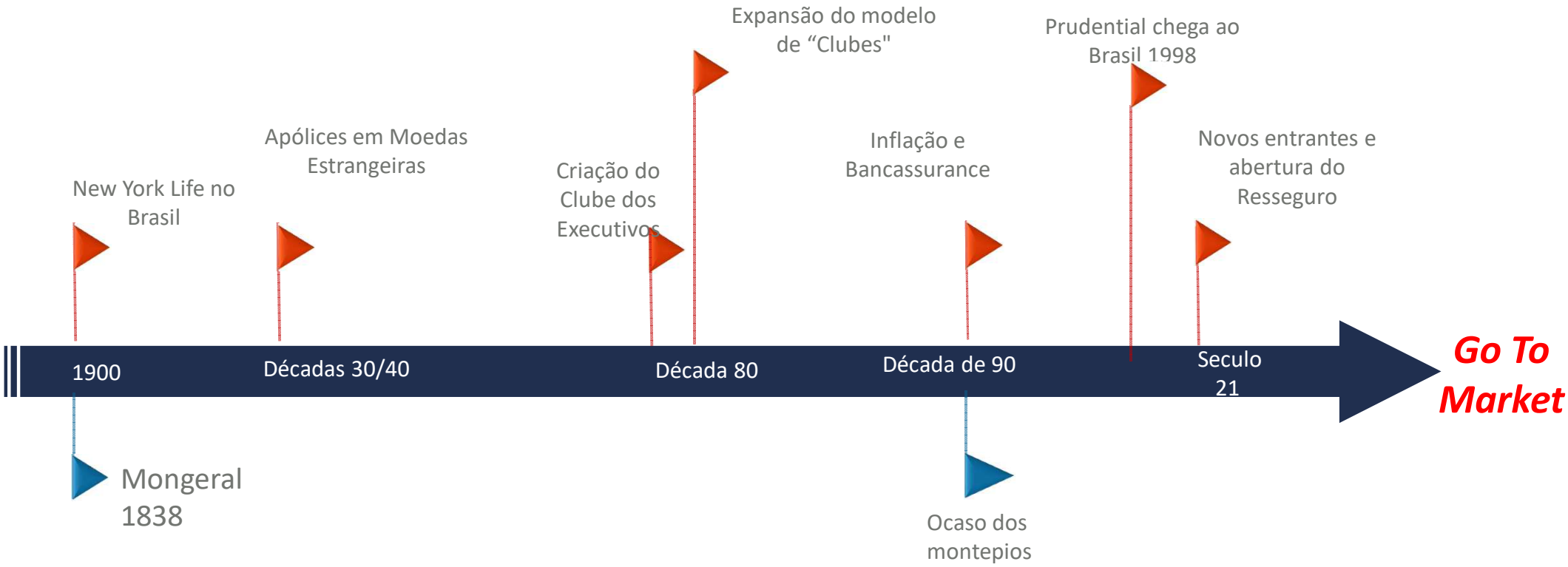


- BREAKING NEWS -

Coverager

MetLife Australia has launched an API-based digital life insurance claims platform to make it faster and easier for superannuation funds to submit and track life and disability claims. This give claimants greater control, certainty and transparency when they need these the most.

A longa travessia para o sucesso!



Perguntas?

control
CONSULTORIA

CONTATO

Av. Major Sylvio de Magalhães Padilha, 5200
America Business Park- Edifício Dallas- Conjunto 31 -CEP 05693-000

+55 11 3759 8881
+55 11 98969 0731

ronald.kaufmann@controlconsultoria.com.br

www.controlconsultoria.com.br