

SEGURO NOVA DIGITAL

1ª EDIÇÃO
NOV/2019



REGULA SINISTROS

Dois anos construindo a
imagem do seguro



CORRETOR
EXPLICA COMO
É COMPETIR
COM GRANDES
COMPANHIAS
página 08

PARTICIPE DO NOSSO GRUPO DE WHATSAPP

Você corretor de seguros e profissional do mercado segurador que tem interesse em debater sobre assuntos relevantes à área. Nós, da Revista Seguro Nova Digital, criamos um grupo WhatsApp para a troca de ideias e sugestões. Queremos definir pautas e temas, baseados nas sugestões de quem mais entende do segmento.



CLIQUE AQUI



SEGURO
NOVA DIGITAL
A REVISTA ONLINE DO
MERCADO DE SEGUROS

SERGIO VITOR



Jornalista
svitor@seguronovadigital.com.br

**FERNANDA DE O.
E OLIVEIRA**



Relações Públicas
foliveira@seguronovadigital.com.br

BEATRIZ CHAVES



Designer
beatrizchavesreis@gmail.com

O UNIVERSO DIGITAL TE ESPERA

Bem-vindo à Seguro Nova Digital. A primeira revista digital do mercado segurador brasileiro é o resultado de uma ampla pesquisa baseada no interesse do leitor. Esta primeira edição dispõe de conteúdos em primeira mão, como entrevistas exclusivas e matérias interativas.

Você está prestes a acompanhar um modelo diferente, um ambiente novo e um conteúdo que preserva o comprometimento e a responsabilidade jornalística. Se desprenda dos métodos tradicionais de comunicação e caminhe em direção ao novo universo do jornalismo.

O destaque da estreia é a história de Daniel Bortoletto, CEO da Regula Sinistros. Sua trajetória deve servir de inspiração àqueles que almejam o caminho do sucesso no universo corporativo. A Regula Sinistros, criada há dois anos, parte da necessidade de aperfeiçoar o tempo do corretor de seguros e construir o “Custo de Oportunidade”. O método tem o objetivo de atender o segurado sinistrado, enquanto a corretora, que teria esse papel, usa o tempo “de sobra” para enriquecer seu lead e promover novas vendas.

É possível competir com as grandes empresas de corretagem de seguros? A coluna “Pequenos Corretores, Grandes Seguros” explora essa questão partindo do ponto de vista de pequenos e médios corretores de seguros. Marcelo Monteiro, corretor da cidade de Santos, litoral de São Paulo, expõe seu ponto de vista diante desse tema.

Expor à opinião, inclusive, faz parte do exercício democrático. Devido ao advento tecnológico, o consumidor, por meio, principalmente, de perfis virtuais, promove ‘feedbacks’ com as empresas que venderam um produto ou disponibilizaram algum serviço. As ferramentas possibilitaram o empoderamento do consumidor, objeto de discussão realizada na edição de estreia da Seguro Nova Digital.

Encare o novo jeito de comunicação do mercado de seguros!

**SEGURO
NOVA DIGITAL**

A REVISTA ONLINE DO MERCADO DE SEGUROS

Telefones: (11) 99586-0545 / (11) 95116-0272

Email: contato@seguronovadigital.com.br

Website: <http://seguronovadigital.com.br/>



05

CENÁRIO

O GIRO DAS PRINCIPAIS NOTÍCIAS DO MERCADO DE SEGUROS DO ÚLTIMO MÊS

08

PEQUENOS CORRETORES, GRANDES SEGUROS

QUAL A DIFICULDADE DE COMPETIR COM AS GRANDES CORRETORAS? PEQUENO CORRETOR DE SANTOS, LITORAL DE SÃO PAULO, EXPLICA

16

SEGURO AMBIENTAL

LTSEG CORRETORA DE SEGUROS EXPLICA A MANEIRA DE INIBIR OS DESASTRES DO MEIO AMBIENTE

07

CONSUMIDOR EMPODERADO

POR QUE OS CLIENTES DEIXARAM DE SER UM MERO RECEPTOR E HOJE SÃO ATIVOS NOS NEGÓCIOS?

10

REGULA SINISTROS

EMPRESA COMPLETA DOIS ANOS. QUEM É DANIEL BORTOLETTO, FUNDADOR E CEO DA REGULA SINISTROS?

18

MOVIMENTAÇÕES

AS TROCAS DE CARGOS E DE COMPANHIAS DOS PROFISSIONAIS DE SEGUROS

Fenacor discorda da MP que desregula a profissão de corretor

A Federação Nacional dos Corretores - Fenacor - quer que o governo volte atrás em sua decisão de revogar a Lei 4.594/64, que regula a profissão de corretor de seguros. Segundo Armando Vergilio, presidente Federação, essa medida, embutida na Medida Provisória 905/19 - que institui o Contrato de Trabalho Verde e Amarelo, altera a legislação trabalhista - não pode ser aceita pelas entidades que representam os corretores. “Já demonstramos nossa total discordância para a Su-sep. Não aceitamos. Vamos articular toda a categoria, com o apoio do deputado federal Lucas Vergilio e das forças políticas que são aliadas dos corretores de seguros para que retornemos a nossa lei”, acentuou Vergilio, em vídeo gravado por ele e pelos vice-presidentes da Fenacor, Robert Bittar e Alexandre Camillo.



ALLIANZ FIRMA PARCERIA COM MICROSOFT PARA TRANSFORMAÇÃO DIGITAL DO MERCADO DE SEGUROS

A Allianz e a Microsoft anunciaram uma parceria para a transformação digital do setor de seguros, facilitando o processo de seguro e criando uma experiência aprimorada para as companhias de seguros e os clientes. Com a parceria, a Allianz pretende mover as principais partes de sua plataforma global de seguros Allianz Business System (ABS) para a nuvem Azure da Microsoft e abrirá partes de código-fonte aberto do núcleo da solução para aprimorar e expandir os recursos para provedores de seguros. A parceria será com a Syncier, seguradora fundada pela Allianz, para fornecer soluções personalizadas de plataforma

de seguros e serviços relacionados. A Syncier oferecerá o ABS Enterprise Edition, uma solução personalizada de plataforma de seguro como um serviço. Ao reduzir custos e centralizar o gerenciamento do portfólio de seguros, espera-se que o serviço permita que os provedores de seguros se beneficiem da solução. A gigante do seguro alega que o ABS Enterprise Edition da Syncier pode lidar com os processos de seguro em todas as linhas de negócios, incluindo propriedade e acidentes, vida, saúde e assistência. Além disso, pode ser personalizado para qualquer companhia de seguros, país e requisitos regulatórios.

Receita de título de capitalização ultrapassa R\$ 17 bilhões

Os Títulos de Capitalização são produtos que reúnem soluções de negócios com sorteios. De acordo com a Federação Nacional de Capitalização (FenaCap), entre os meses de janeiro e setembro, as empresas do segmento registraram receita acumulada de R\$ 17,4 bilhões, avanço de 12,1% em relação ao mesmo período do ano anterior, batendo, em setembro, o percentual de crescimento projetado para 2019. Os números divulgados pela FenaCap mostram, ainda, que as empresas do setor distribuíram R\$ 870 milhões em sorteios para clientes contemplados de todo o país. O valor representa um crescimento de 1,2% em relação ao mesmo período de 2018 e ao pagamento de R\$ 4,6 milhões de prêmios em dinheiro por dia útil, até setembro. Os resgates finais e antecipados ultrapassaram R\$ 13,7 bilhões, registrando um crescimento de 4,4%.

Seguro DPVAT indenizou mais de 391 mil ocorrências por morte

As ocorrências no trânsito causam, todos os anos, cerca de 1,3 milhão de mortes no mundo, segundo a Organização Mundial da Saúde (OMS). No Brasil, os dados do Seguro DPVAT mostram que mais de 391 mil acidentes fatais ocorreram no país e foram indenizados pelo seguro obrigatório na última década. Os números ainda podem aumentar, uma vez que ví-

timas e beneficiários têm até três anos para dar entrada no seguro obrigatório.



Rede Lojacorr inaugura nova Unidade no Sudoeste da Bahia

A Rede Lojacorr inaugurou a Unidade Vitória da Conquista-BA, no dia 29 de outubro. Trata-se da segunda unidade no Estado, sendo que a primeira está sediada na capital Salvador. Para 2020, já está sendo prevista a abertura da terceira unidade na Bahia, em Feira de Santana, para apoiar toda a região do Estado.

De acordo com o responsável pela nova unidade, Henrique Guilherme Muller Junior, sócio de Leandro Prates Soares, o diferencial da Rede Lojacorr na atuação da corretora é a possibilidade de compartilhar com os parceiros do estado o amplo conhecimento e experiência que gravitam em torno da rede.

CONSUMIDORES PROCURAM SEGURO DE VIDA VOLUNTARIAMENTE

Com ou sem abordagem do corretor, cenário político e econômico faz crescer a preocupação dos brasileiros com o futuro

O seguro de vida alcançou números inéditos no Brasil. A Superintendência de Seguros Privados (SUSEP) informou que, em 2017, o prêmio total da carteira avançou 10,8%, ultrapassando, pela primeira vez, o segmento de automóvel. Embora o crescimento seja inédito, ainda há pouca penetração desse segmento no país, como mostra uma pesquisa da Prudential, em parceria com o Ibope. Segundo o levantamento, apenas 15% dos brasileiros possuem seguro de vida, seja ele individual ou corporativo.

Devido a mudanças na legislação trabalhista e o crescimento do emprego informal, a bola da vez é a comercialização dos planos individuais. Partirá do consumidor, portanto, a iniciativa de procurar outras maneiras de suprir a ausência dos benefícios que tinha quando era empregado CLT.

É o caso da administradora de empresas Andréa De Paula, 42. Por ter trabalhado em grandes companhias, a empresária teve seguro de vida durante a maior parte da sua carreira profissional. Após se tornar autônoma permaneceu pouco tempo com o benefício. “As coberturas pouco me agradavam. Como eu ainda era muito jovem, não pensava que pudesse fazer falta”, explica Andréa.



Danilo Piva, corretor de seguros de Marília, região metropolitana de São Paulo, argumenta que falta conscientização do brasileiro. Para ele, espalhar a cultura depende do corretor de seguros. “É o trabalho do consultor especialista em Vida e Previdência ajudar seu cliente a assumir uma responsabilidade futura”, observa Piva.

Contratar um plano de seguro de vida está nos planos de 2020 da Andréa. Seu conhecimento sobre a necessidade dessa proteção, porém, foi desenvolvido somente quando trabalhou em grandes empresas. “Nunca recebi a abordagem de corretores para contratar seguro de vida. Geralmente eles me ligam oferecendo planos de saúde”, revela. Mesmo com a ausência do corretor, ela entende como é importante ter o seguro. “Sou a provedora financeira da família e por isso, me preocupo em ter um seguro de vida”.

Assim como Andréa, milhares de brasileiros já se conscientizaram sobre a importância desse tema.

Dessa maneira, buscam voluntariamente proteções que atendam suas necessidades.

“A CORRETORA PODE SER PEQUENA, MAS A VONTADE DE CRESCER DEVE SER GRANDE”

É possível competir com as grandes companhias de corretagem de seguros? Atualmente, corretoras de grande porte representam 35% do mercado, enquanto as menores ocupam a maior parte da outra fatia. A seção “Pequenos Corretores, Grandes Seguros” traz à tona esse cenário sob a perspectiva dos pequenos empreendedores que disseminam o seguro pelo país.

“Não ter medo de ir à luta”; “Cliente não quer apenas preço”; “O segurado quer honestidade, prontidão e aconselhamento”. Estas foram apenas algumas das frases de efeito que Marcelo Monteiro disse durante a entrevista para a Seguro Nova Digital. O pequeno corretor de Santos não esconde o fato de que as grandes corretoras estão na linha de frente do mercado. Na visão dele, no entanto, as pequenas empresas podem e devem competir em pé de igualdade com as companhias de grande porte.



“Com mais de 400 mil habitantes, a cidade de Santos possui uma importante extensão do porto marítimo brasileiro, o Porto de Santos, maior da América Latina. A 76 km da capital, parte dos corretores de São Paulo opera na região litorânea.

Teoricamente, a distância territorial dos grandes centros urbanos seria uma barreira de negócios. Para a Marcelo Monteiro Corretagem de Seguros esse possível empecilho faz pouca diferença. “Sinceramente eu não enxergo muitas dificuldades”, disse o proprietário quando perguntado sobre os problemas de competir com corretoras de grande porte.

Apesar de terem uma zona de alcance maior, as grandes companhias de corretagem de seguros representam uma restrita parcela dos profissionais no país. Segundo Monteiro, essa estatística demonstra que o setor tem espaço para todos prospectarem seus clientes. “O preço é importante para o segurado, mas não é tudo. Eles querem honestidade, prontidão, aconselhamento, respeito e serem bem atendidos. Tudo isso um bom profissional é capaz de fazer”, contou.

Por experiência própria, Monteiro diz que é possível atingir potenciais segurados de outras regiões. Ele tem vários clientes que, mesmo deixando a cidade de Santos, permaneceram fiéis à corretora. Segundo ele, esse é o fruto de um bom acompanhamento, sobretudo na pós-venda. O corretor reconhece, no entanto, que as grandes corretoras dispõem de ferramentas mais assertivas, de condições financeiras para investimentos em marketing e publicidade e de capacidade de expansão territorial com as filiais.

**“TEM
MERCADO
PARA
TODOS.
DESDE O
PEQUENO
ATÉ O
GRANDE”**



ESPECIALISTA DO PRODUTO

Monteiro defende a tese de que o corretor pequeno deve se especializar em determinada carteira para prosperar. “Como a grande maioria dos corretores trabalho com automóvel. Minha especialização, porém, é a venda de planos de seguros de vida em grupo (...) Nesse segmento tenho mais segurança e condições de competir com as maiores”, explicou.

Apesar de ser um pequeno empreendedor, Marcelo garante que sua produção de vida em grupo é maior do que muitas outras corretoras mais robustas. “Nesse segmento tenho mais segurança e condições de competir com os concorrentes maiores. A especialização é um meio de disputar com as grandes, mas somente em uma carteira específica”, salientou.

REGULA SINISTROS COMPLETA DOIS ANOS

**ENTENDA O QUE É A REGULA E COMO
ELA FAZ PARA ALAVANCAR AS
VENDAS DAS CORRETORAS DE
SEGUROS**



Faça parte da nova geração de corretores! O slogan da Regula Sinistros, criado há dois anos, convida as corretoras de seguros para uma experiência nunca vivida pelo mercado segurador brasileiro. A estratégia é simples: deixar o sinistro sob o comando da Regula e ganhar tempo para prospectar clientes e fechar negócios.

A ideia começou a ser escrita em meados de 2015 por Daniel Bortoletto, CEO e fundador da empresa. Experiente corretor de seguros, o executivo enxergou a possibilidade de aumentar a eficiência das corretoras, terceirizando os sinistros e aumentando a produtividade dos profissionais de corretagem. Por meio de ferramentas tecnológicas e de uma equipe altamente especializada, a Regula atende o segurado de maneira diferenciada, com compromisso e priorizando a satisfação do segurado. Segundo Bortoletto, a Regula contribui para o crescimento de produção do corretor de seguros.

**“TODA VEZ QUE O
CORRETOR PRECISA
PARAR O SEU
PROCESSO DE PRODUÇÃO,
ELE GERA CUSTO DE
OPORTUNIDADE”**



Para mostrar que os corretores deixam de ganhar dinheiro quando atendem os sinistros, a empresa desenvolveu o conceito de “Custo de Oportunidade”. A fórmula matemática desenvolvida pelo próprio serviço avalia o quanto se deixa de lucrar nessas ocasiões. Além disso, a ferramenta calcula quanto se investiria para estruturar uma equipe de atendimento e compara com o valor da terceirização.

Quando o sinistro ocorre, o segurado costuma entrar em contato com seu consultor. Atendê-los custa tempo. Tempo este que poderia ser utilizado de uma forma mais eficiente, como aumentar seu lead e, posteriormente, vender mais seguros.

“A proposta da Regula agrega valor para todos. Para o corretor que agora pode focar em vendas, pode desenvolver a comercialização de novos ramos e investir na área comercial sem precisar se preocupar com os gastos que teria no backoffice”, pondera o executivo. De acordo com o executivo, a empresa oferece atendimento em sinistros de qualquer natureza.

ENCANTAMENTO DOS SEGURADOS

A construção de uma boa imagem para o mercado de seguros é importante para disseminar a cultura desse setor no país.

Por isso, Bortoletto diz ter paixão pelo bom tratamento com os clientes. Tendo em vista a capacidade de expansão do setor de seguros no Brasil, ele ainda cresce timidamente. A proposta da Regula, portanto, é equilibrar a relação entre seguradora, corretor e cliente. “Atendemos os segurados sinistrados em nome da corretora, com os mesmos objetivos de fidelização hora do sinistro”, acrescenta.

Outro benefício imediato é a redução de custos de forma inteligente. A Regula oferece pacotes para todos os tamanhos de corretora. Basta o corretor verificar a sua demanda mensal de sinistros e escolher um dos planos.

A preocupação de Bortoletto em cuidar dos sinistros de uma corretora tem como base o índice de reclamação dos segurados. Em seu relatório anual de ouvidoria das seguradoras, a CNseg destacou, em 2018, que houveram 170 mil reclamações de sinistros. 60% deles foram em decorrência de sinistros, pelo site Reclame Aqui. “É nítido que existe um problema de atendimento. A Regula veio para ser uma ferramenta de produtividade para os corretores de seguros, bem como para as seguradoras”, aponta. Ele completa dizendo que “não adianta só vender ou achar que vai resolver o problema do mundo em um app. Quem compra seguro são humanos e eles precisam de atendimento humanizado”. “Se existe seguro, existe sinistro. Se existe sinistro, existe Regula”.

SEU MAIOR COMPROMISSO É COM O SUCESSO



DO DESPEJO ATÉ AS TÉCNICAS APLICADAS DE FENG SHUI. DANIEL BORTOLETTO, CEO DA REGULA SINISTROS, ABRIU AS PORTAS DA SUA CASA PARA A SEGURO NOVA DIGITAL E REVELOU QUAIS FORAM SUAS ATALHAS ATÉ ELABORAR A COMPANHIA COM SOLUÇÕES INÉDITAS PARA O MERCADO DE SEGUROS

Em meados de maio de 2017, Daniel Bortoletto acordou com a pior ligação da sua vida. “O que aconteceu com sua empresa?”, indagava o interlocutor. Naquele instante, o empreendedor descobria que o principal cliente da sua corretora decidiu rescindir o contrato sem aviso prévio. A Projetcon, criada em 2001, perdia o maior cliente e praticamente toda a receita.

Mesmo em crise, a empresa deveria pagar os direitos dos colaboradores e as comissões de muitos corretores. Só assim, ela poderia fechar as portas com dignidade, e Daniel buscar outra forma de sobrevivência. Não era a primeira vez que o empresário teve de encarar um problema tão austero.

O costume de amadurecer diante das dificuldades começou a ser desenvolvido na infância. Na zona leste de São Paulo, a pequena gráfica do seu pai, o Sr. Roberto, lucrava cada vez menos. Era ali a fonte de renda de toda a família Bortoletto. Sua mãe, a Sra. Carmem, era dona de casa, enquanto suas irmãs, ainda pequenas, não trabalhavam. Mesmo com uma vida cheia de limitações, Daniel vivia alegre, principalmente quando fechava seu portão e ficava do lado de fora jogando bola com os amigos, fazendo manobras de skate ou contando os carros da rua imaginando que no futuro teria um só seu.

Após o fim do casamento dos pais, o adolescente encarou precocemente a rotina de um trabalhador. Na empresa de amendoins doces torrados, ele empacotava centenas deles todos os dias. O trabalho era muito, mas o salário era baixo. Depois de ganhar experiência, foi morar e trabalhar com a tia, dona de uma papelaria no bairro do Brás, centro de São Paulo. Como ajudante geral, conversava e entendia as necessidades dos clientes, aprendizado encantador que seria aproveitado futuramente.

O período na casa da tia despertou em Daniel o desejo de proporcionar à família dias mais cômodos financeiramente. Por isso, voltou a morar com a mãe e as irmãs. Enxergou nos estudos o caminho mais eficaz para realizar esses anseios. Ingressou na faculdade de direito por onde permaneceu por pouco tempo. Mesmo sem saber, não era a hora e nem a profissão correta para sua vida.

Momento errado porque logo depois de Daniel se tornar universitário, Sr. Roberto, à época com 42 anos, morreu vítima de câncer. A figura paterna, referência de trabalho duro e honesto, partia deixando os familiares e muitas incertezas. O abalo emocional cresceu quando, dois dias depois da partida, a família Bortoletto recebeu a notificação de que seria despejada.



Os 12 meses de aluguel atrasados se tornaram parte da herança deixada pelo pai.

A morte do pai acarretou em outro momento obscuro. A faculdade de direito foi abandonada para equilibrar as contas. O momento conturbado lapidava o garoto de 21 anos, que gostaria de ser advogado, mas o destino preparou outra profissão.

AMOR À PRIMEIRA VISTA

Quando era funcionário de uma empresa de produtos de higiene bucal, Daniel teve o primeiro contato com o seguro. Depois do trabalho, tirava o uniforme e vestia o terno e a gravata para iniciar as vendas de planos de saúde. Pela primeira vez, o mais novo corretor de seguros aplicava o que tinha aprendido quando trabalhava na papelaria da tia: ouvir, conversar e entender a necessidade dos clientes.

A profissão de corretor logo mostrou a Daniel que cursar di-

reito seria um grande equívoco na sua vida. Após se encontrar depois de tantos momentos desgastantes, o futuro empresário trilhou o caminho dos negócios e encontrou no meio do percurso a base de sustentação para todos seus sonhos. Uma luz, um alicerce, uma dádiva.

Adriana Campos entrou na sua vida em 2001, mesmo ano de inauguração da Projetcon Corretora de Seguros. A advogada foi o último combustível que Daniel precisava para acreditar no seu potencial de empreendedor. Entretanto, a autoconfiança ainda seria pouco. Era necessária uma crença em um modo de viver, um modo de pensar, de agir e de se relacionar. Adriana o apresentou o Feng Shui, ciência e arte chinesa que têm por objetivo organizar os espaços com o intuito de atrair influências benéficas da natureza.

Os primeiros anos da Projetcon foram estáveis. Era detentora de um contrato exclusivo de planos de saúde para funcionários da prefeitura e para empregados da Companhia de Engenharia de Tráfego (CET). No entanto, em 2004 a empresa perdeu o contrato, e a receita caiu drasticamente. O executivo viu de perto a possibilidade de fechar as portas da sua primeira empresa.

Para reduzir custos, do centro de São Paulo o escritório da corretora mudou para um pequeno sobrado no Ipiranga, onde também era a casa de Daniel e Adriana. Embora existisse certo desconforto, eles sabiam que a fase ruim era momentânea. Um dos motivos dessa convicção foi quando decidiram adaptar toda a corretora com as técnicas de Feng Shui. O resultado não tardou. Em 2007, a Projetcon faturou meio milhão de reais em comissões ao fechar um negócio com seu maior cliente. O sonho que Daniel tinha de levar o conforto à sua família, enfim, foi realizado.

De despejado, o corretor de seguros comprava sua primeira casa. A ascensão financeira teve como pano de fundo a realização pessoal. Ainda em 2007, nasce a Malu, filha do casal. A garota de sorriso tímido e espontâneo foi o brilho que faltava para iluminar a família.

DESEJO DE UM PRODUTO PRÓPRIO

A profissão de corretor de seguros dispôs de privilégios para Daniel. Um deles foi conhecer o curso de administração com ênfase em seguro oferecida pela Funenseg, a atual Escola

Nacional de Seguros. 14 anos depois do abandono, o empreendedor voltava à sala de aula para, enfim, continuar sua vida acadêmica. À época, ele já era sócio e dono de quatro corretoras de seguros. Motivado pelos estudos, leu o livro “Sonho Grande”, escrito pela jornalista Cristiane Correa. A obra conta a história de empresários que acreditavam em redução de custos e meritocracia como forma de gestão. O relato documentado serviu de inspiração para Daniel criar uma solução exclusiva para o mercado de seguros.

A Regula Sinistros começou a ser escrita em 2015. Há um bom tempo, o corretor já perdia o apetite pela profissão, ao mesmo passo que o desejo de contribuir para o mercado segurador de uma forma diferente eracada vez maior.

Foram dois anos para tirar o projeto do papel e colocá-lo em prática. A ligação naquela manhã informando a perda do maior cliente da Projetcon a princípio foi assustadora. Entretanto, Daniel agradeceria logo depois. O comunicado foi o ‘start’ que o corretor precisava naquele momento. A vida confortável oriunda do contrato de meio milhão possivelmente inviabilizaria a criação da Regula Sinistros.

Daniel sabe disso. Ele compreende que poderia viver na zona de conforto até hoje. O destino, porém, trabalha de uma forma desobediente, muitas vezes indecifrável e suas rotas são medonhas. Mas é ele quem decide de que maneira vai preparar o sucesso de cada profissional dedicado.

Criada em 2017, a Regula Sinistros possui centenas de clientes espalhados por todo o Brasil. A perspectiva é de expansão na América Latina e em Portugal.



Empresas carecem de conhecimento sobre seguro ambiental



Adotar políticas ambientais no mundo corporativo é o dever de todas as instituições no século XXI. O desenvolvimento financeiro baseado em economia verde nunca foi tão discutido entre os países. Criado em 2015, o Acordo de Paris tem o intuito de reduzir a emissão de gases estufa a partir de 2020 e reforçar a capacidade das nações de se desenvolverem de maneira sustentável.

O universo empresarial se adapta as novas legislações e reforça a cada ano suas estratégias de crescimento sustentável. O seguro ambiental está entre as opções das companhias no combate à agressão do meio ambiente. Caio Timbó, diretor de operações da LTSeg Corretora de Seguros concedeu entrevista exclusiva à Seguro Nova Digital e explicou o cenário dessa carteira no Brasil.

SEGURO NOVA DIGITAL - O DEBATE SOBRE A PRESERVAÇÃO DO MEIO AMBIENTE TOMOU GRANDE PROPORÇÃO NESTE ANO. COM ESSE TEMA À TONA, VOCÊ ACREDITA QUE AS EMPRESAS ESTÃO MAIS PRECAVIDAS?

Caio Timbó - Os acidentes ambientais são inerentes à atividade empresarial. A legislação brasileira passa por mudanças constantes. Atividades que eram toleradas antes, hoje são impensáveis dentro de uma nova lei. As empresas vão se adaptando de acordo com a legislação. Nenhuma companhia comete crime deliberadamente.

SND - MARIANA EM 2015 E BRUMADINHO EM 2019. A VALE PODERIA TER EVITADO AS DUAS TRAGÉDIAS?

CT – A Vale usa o método a montante de barragens. Esse tipo de barragem contém mais riscos e é proibida pela legislação brasileira. As catástrofes poderiam ter sido evitadas, mas depois que acontece é muito fácil indicar os pontos falhos. Já no dia a dia é muito mais complexo.

SND - O SEGURO AMBIENTAL TEM O TRABALHO DE GESTÃO DE RISCO?

CT – Não. Os clientes erram ao achar que a seguradora deve fazer um estudo de impacto e, a partir da análise, ofertar um seguro dimensionado. Quem deve promover o estudo é uma empresa terceirizada. Por falta de conhecimento, algumas empresas procuram as seguradoras para assumirem o risco diante de uma preexistência de dano ambiental.

SND - ESSA CARTEIRA É POUCO CONHECIDA NO BRASIL?

CT - Sim. Eu tenho certeza que existem empresas no Brasil que têm exposições ambientais passíveis de serem cobertas, mas não conhecem o produto. Ou então, se tem a ideia de que o seguro é muito caro e o investimento é desnecessário. Porém, quem tem conhecimento do mercado sabe quanto pode custar caro para a empresa arcar com os problemas financeiros após o sinistro. O desconhecimento, tanto de cliente quanto de corretor, faz com que essa carteira tenha pouca penetração no país.

SND - POR QUE O SEGURO AMBIENTAL NÃO SE TORNA LEI?

CT - A imagem de um seguro obrigatório é deturpada no Brasil. Uma estratégia de imposição do Estado pode ser enxergada com maus olhos pelos empresários.

SND - COMO É POSSÍVEL, ENTÃO, CONSCIENTIZAR A SOCIEDADE SOBRE PRÁTICAS QUE FAVORECEM A MANUTENÇÃO DO MEIO AMBIENTE?

CT - A educação é o princípio básico. A responsabilidade de promover a conscientização desde a infância deve ser de todos os setores da sociedade.

LGPD é uma lei muito importante ao mercado Brasileiro. Porém, o país está preparado para entrada em vigor a menos de 10 meses?



artigo

A Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD) foi inspirada no regulamento europeu de proteção de dados GDPR (General Data Protection Regulation), que vale para todos os países da União Europeia, em vigor desde maio de 2018.

A LGPD estabelece regras sobre a coleta, o tratamento, o armazenamento e o compartilhamento de dados pessoais gerenciados pelas empresas no setor público e privado.

No Brasil existe Seguro de Responsabilidade Civil e Proteção Digital que cobre indenizações de reclamações de terceiros que entram com ação contra a empresa, devido à divulgação de seus dados pessoais.

Esse seguro cobre ainda, a defesa, a investigação, a restituição de imagem, despesas emergenciais, pagamento de extorsão, notificação e monitoramento, lucros Cessantes e conteúdo de Mídia.

Diariamente tem-se notícias de vazamentos de dados.

Em matéria publicada pelo Estadão no dia 07/11/2019, foi relatado que o Procon e Anatel analisam sanção contra Vivo por vazamento de dados que pode chegar até R\$ 10 milhões, e cita ainda que a empresa concordou que houve vazamento, não na proporção apontada.

O canal de tecnologia "Tilt" do UOL divulgou no dia 17

que teria confirmado a falha grave de segurança anunciada no dia 13 pelo site Olhar Digital, numa Grande Cooperativa Médica, com a exposição de dados sensíveis de seus clientes.

Segundo a reportagem, os dados vazados incluem fichas cadastrais completas de pacientes (nome completo, CPF, nome da mãe, código beneficiário, e-mail e dados de dependentes), acessos a logins médicos, e-mails internos, imagens de problemas internos de centros de saúde, planilhas financeiras, além de dados sensíveis, como exames de pacientes, certidões de óbito e imagens de raio X.

É no mínimo alarmante a situação instaurada, na medida em que se a Legislação que protege dados pessoais estivesse em vigor, já teríamos diversos processos administrativos de multas instaurados, senão multas aplicadas, as quais podem chegar na casa de 50 milhões de reais por infração, de acordo com o

faturamento da pessoa jurídica. Faltando menos de um ano para que as novas regras entrem em vigor, o Deputado Carlos Bezerra (MDB-MT), apresentou um projeto de lei na quarta-feira (30/10), visando prorrogar por dois anos a data de início de vigência da maior parte dos dispositivos da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais.

A data prevista de entrada em vigor da LGPD até o presente momento é agosto de 2020,

E não é só. Os parceiros comerciais e fornecedores começarão a se preocupar com a qualidade no tratamento de dados entre eles, pois certamente não irão querer ter suas marcas envolvidas em escândalos de vazamento de dados, tampouco sofrer fiscalização pela ANPD, e eventual responsabilização, o que incentiva a profissionalização do mercado. Difícil dizer que sem a adoção de política pública antes da vigência da LGPD, para conscientização da Sociedade sobre os direitos e deveres gerados pela lei, e sem a implementação da Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD), para que ao menos edite regulamentos e procedimentos sobre proteção de dados pessoais e privacidade para servirem de apoio às empresas na adequação à LGPD, o mercado está preparado. Hoje é inevitável que existam alguns problemas de implantação, porém, o maior problema não é só o prazo, e sim a cultura brasileira. Em matéria publicada no site o globo nesse final de semana, foi apontado que a União estima arrecadar R\$ 20 bilhões em multas nos primeiros 12 meses de vigência da LGPD. E diz a matéria que o Ministério da Economia nem orçamento tem, porém, sua confiança é tão grande na safadeza do brasileiro que conta com o dinheiro das multas para pagar as suas contas.

isto é, falta menos de um ano para que seja instalada a Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD), e para que esta edite regulamentos e procedimentos sobre proteção de dados pessoais e privacidade que servirão de apoio para que as empresas se adequem à LGPD.

Apenas 17% das instituições consultadas no estudo Brazil IT Snapshot, da consultoria Logicalis, por meio do qual foi realizada pesquisa junto a 143

empresas nacionais, das quais 71% são de grande porte, dispõem de iniciativas concretas ou já implementadas em relação à matéria.

A sanção prevista na lei de LGPD não é a única preocupação que o empresário enfrentará, uma vez que a simples notícia publicada em mídia social sobre incidente de vazamento de dados poderá prejudicar a imagem da marca perante seus clientes.

Segundo a matéria estima-se que as empresas de telefonia e os bancos devem ser os maiores atingidos e que 68% dos vazamentos não são internacionais. Apesar da LGPD estar espelhada na GDPR, a qual serve de base para adoção de medidas, de acordo com os problemas já enfrentados lá fora, o Brasileiro não tem cultura de proteção de dados, bastando observar que compartilha de tudo nas redes sociais. No ambiente do trabalho não é diferente, e as empresas, além de mapear seus dados e tratá-los, precisam planejar como treinar seus funcionários, com o estabelecimento de costumes, o que demanda esforço e tempo. Após inúmeros debates promovidos pelos Órgãos que regulam os Setores, Associações e Conselhos de Classe, ficam inúmeras dúvidas, as quais só poderiam ser respondidas pela Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD), com a edição de regulamentos e procedimentos sobre proteção de dados pessoais, a qual sequer foi implementada. Será que as dúvidas serão esclarecidas com a consequente aplicação de multa?! Conclui-se que não há dúvidas de que a LGPD é importantíssima para o mercado Brasileiro, mas o Brasil está preparado para entrada em vigor nos próximos 10 meses?!

***Cristiano Plate é advogado especialista em seguro e saúde complementar**



Carlos Eduardo Sarkovas, à direita, é o novo diretor comercial de uma das empresas da **It'sSeg**. O executivo tem amplo relacionamento com o mercado segurador, acumulando 18 anos de experiência. "Pretendo aproveitar as oportunidades que uma empresa como a It'sSeg tem", diz Cadu.



Paulo Antonio Barni, executivo do **GBOEX** que era o responsável pela Assessoria de Riscos, Compliance e Controles Interno, agora está à frente da Superintendência de Compliance, Controles Internos e Modelagem. O superintendente possui experiência de mais de 30 anos na área.



Marcelo Boligon de Araujo é o novo Superintendente de TI do **GBOEX**. Com 25 anos de experiência na área de TI, passou por várias empresas de força no mercado. Formado em Administração, com ênfase em Análise de Sistemas de Informação, Araujo é responsável agora pelo funcionamento dos sistemas e infraestrutura de TI da organização.



A **AGCS** anuncia mudança na linha de frente da empresa. Joachim Müller, atual CEO da Allianz Versicherungs (braço de P&C da Allianz Alemanha) e da Allianz Beratungs- und Vertriebs-AG (ABV - unidade de vendas da Allianz Alemanha) será nomeado como o novo CEO da AGCS. Ele sucederá a Chris Fischer Hirs.



MetLife anuncia Carolina Montanino para liderar a área de marketing e comunicação da companhia no Brasil. A diretora tem mais de 20 anos de experiência na área, permeando por diversos setores de comunicação e marketing das empresas.





REGULA PREMIUM

Os Planos Regula Premium foram feitos para corretores com carteiras segmentadas e com grandes necessidades de atendimento

REGULA 5

- 5 atendimentos mês.
- 60 atendimentos por ano.

R\$599,99
por mês

REGULA 10

- 10 atendimentos mês.
- 120 atendimentos por ano.

R\$1149,99
por mês

REGULA 20

- 20 atendimentos mês.
- 240 atendimentos por ano.

R\$2100,00
por mês

Saiba mais em:
regula.com.br



REGULA
sinistros

VENHA FAZER PARTE DA NOVA GERAÇÃO DE CORRETORES

QUER FICAR POR DENTRO DAS NOTÍCIAS DO MERCADO ?

