



# SEGURO NOVA DIGITAL

3ª EDIÇÃO  
JAN/2020



## KORSA

Anuncia forte investimento  
em Benefícios

James Theodoro, CEO da Korssa

Lotéricas vão vender mais  
seguros?

A cultura do  
seguro viagem

#eufuinomagnext  
Depoimento de corretores.

# CQCS INSURTECH & INOVAÇÃO 2020

O MAIOR EVENTO DE INOVAÇÃO EM SEGUROS DA AMÉRICA LATINA

17 E 18 DE JUNHO DE 2020 - SÃO PAULO

[WWW.CQCSINSURTECH.COM.BR](http://WWW.CQCSINSURTECH.COM.BR)



**VAMOS TRABALHAR JUNTOS POR UM MUNDO MAIS SUSTENTÁVEL**



**SERGIO VITOR**



Jornalista  
svitor@seguronovadigital.com.br  
MTB 89.595

**FERNANDA DE O.  
E OLIVEIRA**



Relações Públicas  
foliveira@seguronovadigital.com.br

**BEATRIZ CHAVES**



Designer  
beatrizchavesreis@gmail.com

**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/>

**Dica:**

Leitor, os títulos em azul e imagens  
com este ícone  possuem  
acesso a hiperlinks.

## DÊ 'START' NOS SEUS NEGÓCIOS SEM NEGLIGENCIAR SUA SAÚDE FAMILIAR

O ano novo pode não ser uma vida nova, mas talvez um recomeço. Restabelecer a harmonia na vida pessoal pode contribuir significativamente no seu desempenho no trabalho e no desenvolvimento dos seus negócios. No entanto, conciliar esses dois cenários é um grande desafio. Uma pesquisa realizada pela Fundação Dom Cabral, respondida por 952 profissionais, apontou a busca do equilíbrio entre vida profissional e familiar como maior fonte de angústia dos executivos.

O ambiente favorável nos dois lados certamente renderá boas iniciativas dentro do universo corporativo. Os insights surgem com maior facilidade e todas as redes de profissionais e de consumidores serão beneficiadas. Por meio de novas ideias, inclusive, surgiu à aposta da Korsa no setor de Benefícios neste ano. Destaque desta edição, a corretora investe no crescimento da área de EB – Employee Benefits, que ficará subdividida em seguros e serviços.

Em Brasília, o corretor de seguros Marcelo Veiga deu 'start' nos seus negócios e, aos poucos, caminha para figurar entre as principais corretoras do Distrito Federal. Veiga admitiu que competir com grandes corretoras é uma tarefa difícil. No entanto, o empreendedor aposta no seu crescimento para estar em pé de igualdade com as concorrentes.

No século XXI, de nada adianta ter insights ou uma veia empreendedora se esse processo não for aliado à tecnologia. As novas ferramentas estão à disposição de inúmeros profissionais, inclusive dos corretores. Esta edição colheu o depoimento de dois profissionais que opinaram sobre o uso da tecnologia para aliar os consultores na venda de produtos.

A 3ª edição da Revista Seguro Nova Digital traz uma entrevista exclusiva com a Seguradora Líder, empresa que administra o Seguro DPVAT. No início deste ano, o seguro obrigatório ficou mais barato. Entretanto, a seguradora defende que os benefícios dos motoristas ficarão limitados com a decisão.

Alie ao seu trabalho muita informação! E informação você terá nas próximas páginas.

Boa leitura!



05

### CENÁRIO

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

10

### CAPA

KORSA CORRETORA DE  
SEGUROS INVESTE NO  
SETOR DE BENEFÍCIOS

18

### ENTREVISTA

CONHEÇA DANIELA  
PASCHOAL,  
ESPECIALISTA EM  
GESTÃO DE RISCO E  
COMPLIANCE NO  
SEGURO

20

### CONSUMIDOR EMPODERADO

MESMO SENDO  
IMPORTANTE,  
BRASILEIROS NÃO  
COSTUMAM  
CONTRATAR  
SEGURO VIAGEM. POR  
QUÊ?

08

### PEQUENOS CORRETORES, GRANDES SEGUROS

O RELATO DE UM  
CORRETOR  
BRASILENSE QUE  
APOSTA NA  
ESPECIALIZAÇÃO  
PARA CRESCER

14

### POLÊMICA

PEDRO GUIMARÃES,  
PRESIDENTE DA  
CAIXA, DIZ QUE  
LOTÉRICAS  
VENDERÃO MAIS  
SEGUROS

26

### MAGNEXT

MAG SEGUROS É A  
NOVA MARCA DA  
MONGERAL AEGON

## MAG SEGUROS ANUNCIA DEZ PATROCÍNIOS PARA 2020

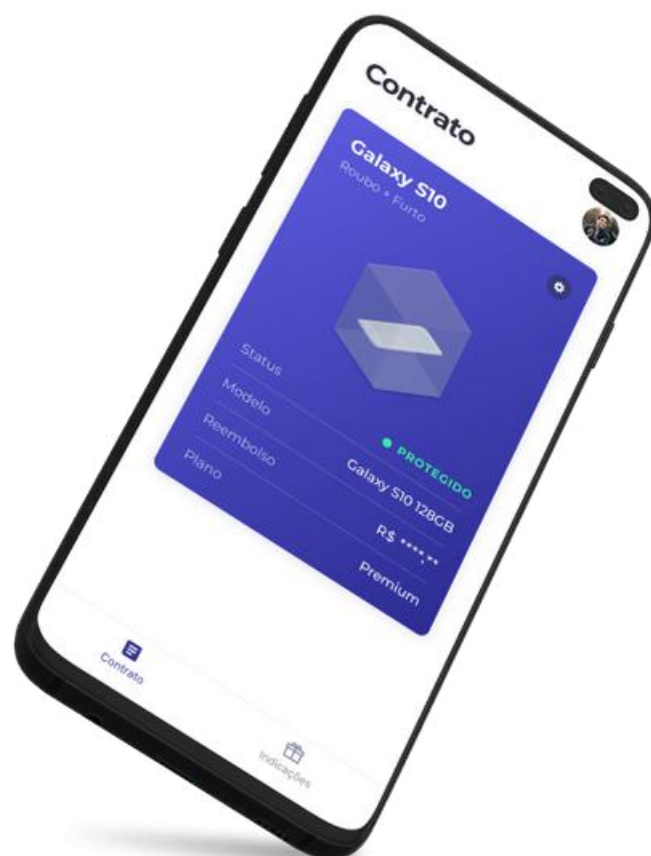
No mês em que celebrou seus 185 anos de atuação ininterrupta, a MAG Seguros anuncia os projetos patrocinados pela seguradora especializada em vida e previdência durante o ano de 2020 nas linhas de cultura, esporte e social.

“Entendemos que também é nosso papel investir na cultura nacional. Por isso, realizamos uma curadoria em torno de alguns projetos e definimos, conforme nossos critérios e política, aqueles que receberiam nosso patrocínio”, explica [Mirella Lavrini](#), superintendente de Comunicação e Marca da MAG Seguros.

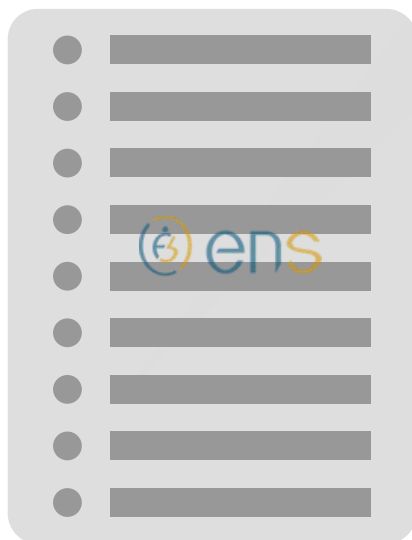
## PIER OFERECE SEGURO DIGITAL CONTRA ROUBO E FURTO DE CELULAR

*A Pier, que já tem mais de 12.000 membros, quer levar leveza à vida das pessoas, proporcionando opção flexível, descomplicada e centrada no cliente.*

“Quando criamos a Pier já tínhamos ouvido uma série de histórias negativas relacionadas a seguros. Resolvemos criar uma solução descomplicada, que pudesse ser contratada de acordo com a necessidade do cliente e que cobrisse furto simples, já que o mercado não costuma fazer isso. Além disso, desde o início focamos em honestidade. Nós escolhemos confiar”, explica [Igor Mascarenhas](#), sócio da Pier.



## ENS INICIA INSCRIÇÕES PARA PROGRAMA NO EXTERIOR



As relações comerciais entre Brasil e Índia devem avançar em breve. Conforme divulgado recentemente na imprensa, os dois países pretendem assinar um amplo acordo econômico que visa a cooperação e facilitação de investimentos. O objetivo é dar mais segurança jurídica ao investidor para estimular negócios bilaterais.

A parceria pode favorecer executivos, empresários e empreendedores brasileiros, que terão a oportunidade de expandir a presença e promover intercâmbio comercial com a Índia, a 10ª maior economia do mundo. E um dos mercados mais importantes do país asiático é o de seguros, que se destaca pela inovação de produtos e canais de distribuição vibrantes, além de contar com publicidade direcionada e campanhas promocionais de seguradoras.

## GBOEX LANÇA PRIMEIRA CAMPANHA DE VENDAS DO ANO

Foi dada a largada para a Campanha Desafio 2020 do GBOEX – Previdência e Seguro de Pessoas. A Etapa Verão, primeira campanha de incentivo do ano, acontece de janeiro a março e terá a premiação mensal em dinheiro. O regulamento está disponível no Portal do Corretor ([www.gboex.com.br](http://www.gboex.com.br)), que também apresenta a descrição das premiações e das metas proposta aos corretores.

Podem participar todos os corretores GBOEX cadastrados ou aqueles que venham a se inscrever durante a campanha e possuírem produção ativa na vigência da mesma. Para conquistar os prêmios, é preciso se destacar no desempenho em vendas de pecúlio individual, seguros e serviços de assistências.



## ICATU SEGUROS E CAIXA SEGURIDADE CRIAM SOCIEDADE PARA DISTRIBUIÇÃO DE CAPITALIZAÇÃO



A Icatu Seguros e a Caixa Seguridade acabam de anunciar a conclusão do acordo para a abertura de uma nova empresa, que irá atuar com exclusividade por 20 anos na distribuição de produtos de capitalização nas agências e correspondentes bancários da Caixa Econômica Federal e também na rede de lotéricas.

A Icatu terá 25% do capital total da nova companhia, enquanto a Caixa 75%. Com gestão e governança compartilhadas, a empresa será controlada pela Icatu, que vai deter 50,1% das ações ON (com direito a voto). Já a Caixa Seguridade terá 49,9% das ações ON e 100% das ações preferenciais.



# DICA CULTURAL

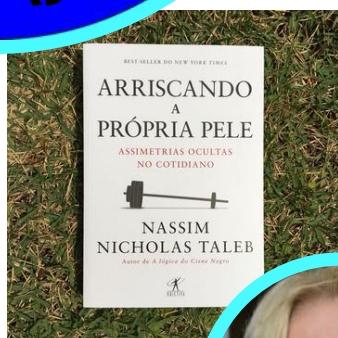
## ARRISCANDO A PRÓPRIA PELE ASSIMETRIAS OCULTAS NO COTIDIANO NASSIM NICHOLAS TALEB

### Resumo:

Nesta obra provocativa, best-seller do New York Times, o renomado especialista em probabilidade e incerteza vem, mais uma vez, falar de situações que envolvem risco, presentes no dia a dia de todos nós.

Em breve resumo o autor trata a vida como um jogo em que o sucesso estará com quem ousa, acima de tudo quem arrisca a própria pele, respeita a justiça, a honra e o sacrifício, abraça o comprometimento.

No momento em que os desafios de toda natureza se multiplicam a cada hora, Taleb nos desafia a repensar nossas estratégias, rever nossas crenças sobre risco, recompensa, política e finanças.



Livro indicado por Maria da Gloria Faria, advogada especialista em Direito Previdenciário, Editora Objetiva, 2018. Do mesmo autor são *A lógica do cisne negro* e *Antifrágil*.



# ESPECIALIZAÇÃO É O CAMINHO PARA COMPETIR COM GRANDES CORRETORAS?

*Corretor brasileiro revela quais são suas estratégias de desenvolvimento do seu negócio*

O mercado de seguros do Distrito Federal está em crescimento e segue se consolidando cada vez mais em um ambiente desafiador e competitivo. Lá está instalada a **D2M Corretora** de Seguros, fundada pelo empreendedor Marcelo Veiga. Com anos de experiência, o corretor acompanha a fase de metamorfose do mercado e se alia à tecnologia a fim de atender as necessidades dos segurados.

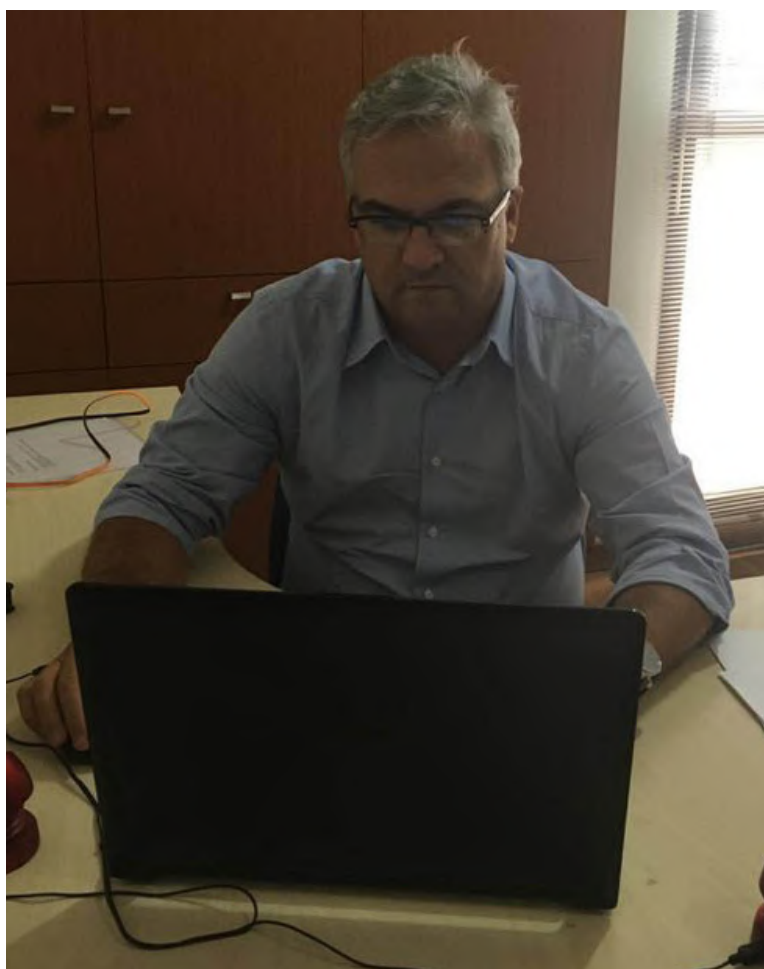
Apesar de ser um excelente profissional, Veiga admite que sua qualidade seja insuficiente para competir em pé de igualdade com as grandes companhias de corretagem de seguros. “Acredito que a competição desigual existe em qualquer segmento de produção. A desvantagem de tamanho limita a capacidade de alcançar mais clientes e ocupar mais espaços”.

Embora largue atrás, o corretor se apropria das novas ferramentas tecnológicas para desenvolver métodos de comunicação com os potenciais consumidores. Segundo ele, “a tecnologia rompeu barreiras” e, portanto, “o alcance de novos clientes por meio das mídias digitais se tornou grande aliado de vendas”.

As companhias de corretagem de seguros detêm grande fatia de clientes no mercado. No entanto, as empresas menores estão em maior número. Da mesma forma acontece com todo o mercado de produção brasileiro. De acordo com o Sebrae, no país existem 6,4 milhões de estabelecimentos ativos. Desse total, 99% são micro e pequenas empresas (MPE).

Veiga acredita que é difícil igualar a competição com grandes organizações. No entanto, ele defende que corretores pequenos e médios devem se destacar, buscando conhecimento e especialização em nichos. “Embora no início das atividades o pequeno corretor não pode se dar ao luxo de escolher as oportunidades de negócios que surgem, ao longo do tempo ele deve se especializar em nichos. Isso acontece por meio de investimento em conhecimento. Tudo está mudando muito rápido: as relações, os gostos e as tecnologias”, finaliza.

**“MANTER-SE  
INFORMADO  
É CRUCIAL  
EM  
QUALQUER  
ATIVIDADE  
HOJE EM  
DIA”.**



# KORSA INICIA 2020 COM FORTE INVESTIMENTO NO SETOR DE BENEFÍCIOS

*Corretora especialista em seguros corporativos,  
consultoria e gerenciamento de risco tem plano  
inovador de expansão*

O ano mal começou e já tem empresa movimentando o mercado de seguros. 2020 promete ser de muito trabalho, mas também de muitas conquistas na Korsa. Em pouco tempo, a corretora já anunciou o investimento pesado no setor de Benefícios.

Com um robusto plano de expansão, a companhia investe em desenvolvimento nas suas áreas de serviços. Uma das grandes novidades para este ano é a contratação de Vinicius Barros, profissional com 20 anos de experiência no mercado de seguros, dedicados, especialmente, na área de EB (Employee Benefits). A chegada do executivo faz parte da aposta da corretora no setor de Benefícios, que tem alto potencial de crescimento no país.

Segundo Barros, a princípio serão estruturadas duas fases importantes no desenvolvimento das ações, sendo a primeira integrar três pilares importantes para uma gestão contemporânea:

**CONSULTORIA**

**CORRETAGEM**

**GERENCIAMENTO  
DE RISCO SAÚDE**

“Integrar esses três pilares numa mesma gestão junto ao cliente permitirá a KORSA proporcionar uma gestão de valor agregado ao RH das empresas, com forte diferencial que é o Gerenciamento de Risco Saúde”, explica Barros.

A outra ação é o desenvolvimento em soluções de Business Intelligence. De acordo com o executivo, o investimento em BI acompanha o DNA de inovação da Korsa. A ação tem o objetivo de criar processos de automação entre RH e Cias operadoras, a fim de aperfeiçoar o tempo e o custo dos RHs das empresas. “Além disso”, conta ele, “criaremos uma plataforma de acessibilidade e agilidade

para o agendamento de procedimentos, desde a consulta simples até procedimentos de alta complexidade”.

A chegada de Barros promete tornar a Korsa ainda mais diferenciada no mercado, buscando, dessa maneira, estreitar o relacionamento com as empresas. James Theodoro, CEO da companhia, comemora a contratação de um profissional altamente qualificado. “Estamos felizes em ter no nosso time um executivo com vasta experiência e competência em atuar no segmento de gestão de benefícios. Nossos clientes terão o melhor dentro dessa área”, destaca o presidente.



A área de Employee Benefits ficará subdivida em seguros e serviços. Na divisão de seguros, sua atuação será em saúde, plano odontológico, vida em grupo e previdência privada para sócios, diretores e funcionários da empresa. Enquanto isso, em serviços o foco será na criação de programas de gestão de qualidades que tenha valor agregado à área de Recursos Humanos das empresas.

Além de ser um profissional qualificado, Vinícius Barros possui experiência internacional. Durante uma parte da sua carreira, o executivo observou os cases estrangeiros, sobretudo nos EUA. Nesse ínterim, Barros identificou a principal qualidade da população norte-americana: a cultura de seguros. Segundo ele, a conscientização obriga os profissionais da área a identificar o perfil de cada consumidor, como atuam e de que forma investem em suas empresas. “O americano é exigente na pontualidade da entrega de serviços e valoriza os serviços agregados, principalmente quando gera custo/benefício”, observa.

Os clientes parceiros da Korsa terão uma variedade de benefícios:

**SEGURO SAÚDE/ASSISTÊNCIA MÉDICA**

**ASSISTÊNCIA ODONTOLÓGICA**

**VIDA EM GRUPO**

**PREVIDÊNCIA PRIVADA**

**ASSISTÊNCIA VIAGEM QUE  
COMPREENDE COBERTURAS DE  
SAÚDE E VIDA, SOBRETUDO PARA  
CLIENTES QUE VIAJAM PARA O  
VELHO CONTINENTE E PRECISAM  
CONTRATAR ESTA COBERTURA PARA  
CUMPRIMENTO DA LEI**



## DESAFIOS À VISTA

O setor de Benefícios da Korsa passará por uma reestruturação com a chegada de Barros. A princípio, o executivo terá o desafio de criar a cultura, interna e com os clientes, de que a companhia atua no segmento de benefícios de maneira estruturada. “Na ação de venda, por exemplo, precisamos adotar a abordagem específica de benefícios. Isso, de certa forma, aumenta a possibilidade de oportunidades e fechamento de negócios”, explica.

Para aplicar a cultura do setor, a corretora busca profissionais alinhados com essas oportunidades, para que os clientes sejam plenamente atendidos. “Não podemos ser bons vendedores e deixarmos a desejar na implantação ou no pós-venda”, observa o executivo.

Segundo Barros, todas as ações precisam estar alinhadas conforme a estratégia comercial de venda na ponta. Isso significa que o cliente ficará 100% amparado pela corretora.

O carioca Vinicius Santos de Barros tem 49 anos e acumula vasta experiência no mercado segurador, com foco em benefícios. O executivo já comandou uma equipe com mais de 40 colaboradores entre médicos, psicólogos, nutricionistas, assistentes sociais e auditores, administrando mais de 35 mil vidas. Ele já atendeu clientes de grande porte como o Grupo Chouset, dos Estados Unidos, que atua no segmento de Oil & e o Grupo Detroit, do Chile, que opera no segmento de construção naval.

**“SEREMOS UMA  
ESPECIE DE  
HEALTH  
SERVICE DELIVERY.  
O QUE O CLIENTE  
PRECISAR  
ENTREGAREMOS!”**



# PRESIDENTE DA CAIXA ECONÔMICA DIZ QUE LOTÉRICAS VENDERÃO MAIS SEGUROS

*Em entrevista ao Canal Livre, no dia 12 de janeiro, Pedro Guimarães revelou as estratégias de abertura de capital do banco*

O presidente da Caixa Econômica Federal, Pedro Guimarães, afirmou que as casas lotéricas, famosas por vender jogos e efetuar pagamentos de conta, serão fontes de venda de seguros.

“Antes de a gente assumir, as operações da Caixa pouco dialogavam. As lotéricas não vendiam nem cartão de crédito e nem seguros. Dado esse diagnóstico, agora elas passarão a vender mais seguros, especialmente microsseguros”, constatou o executivo.

Segundo Guimarães, as lotéricas têm um grande potencial na venda de seguros, pois atendem nos fins de semana e em horários alternativos. A Caixa, de acordo com o presidente, é um banco que atende todos os públicos, o que ajudaria na penetração da cultura do seguro na sociedade. “É um banco de todos os brasileiros, inclusive dos mais humildes”, observou.

## O QUE DIZEM OS CORRETORES

O corretor de seguros Fabio Ogeda diz que o depoimento de Pedro Guimarães desqualifica a sua profissão. Segundo ele, o corretor é muito mais do que apenas um canal de venda, mas também um consultor.

“Nós apoiamos o consumidor na escolha do melhor contrato de seguro. Em casas lotéricas, não consigo enxergar um atendimento de forma justa e perfeita. Quando nos deparamos com atendimento de apostas e de pagamentos, as filas já são enormes. O consumidor de hoje é mais esclarecido e se não for tratado com transparência, seriedade e de forma justa, não haverá sustentação neste negócio”, destaca o profissional.

Já para o também corretor Paulo Haute, a declaração do presidente da Caixa Econômica deixa nítida a saída do corretor da jogada. Segundo ele, o depoimento cai mal para a classe de corretores. “Ele (Pedro Guimarães) pensa apenas em fomentar negócios e não se preocupa em criar uma empatia com clientes de baixa renda”.



## “NÓS APOIAMOS O CONSUMIDOR NA ESCOLHA DO MELHOR CONTRATO DE SEGURO.”

Com a preparação para o IPO, a Caixa Econômica Federal arrecadou R\$ 9,6 bi. Esse valor é em virtude de parcerias com seguradoras brasileiras e globais em diferentes segmentos dos seus negócios de seguros. O presidente do banco estatal revelou que abrirá o capital da Caixa Seguridade para comercialização de diferentes ramos de proteção.

Os números alimentam a expectativa da gestão da Caixa Econômica de alcançar o valor de mercado entre R\$ 50 bilhões a R\$ 60 bilhões em uma abertura de capital, com potencial de movimentação de R\$ 15 bilhões.

A Caixa Econômica Federal apresentará ao conselho de administração uma proposta de reestruturação da alta cúpula. O presidente da Caixa Seguridade, Marco Barros, partirá para o conselho de administração da empresa. Ao mesmo tempo, em seu lugar, deve ser nomeado Eduardo Dacache, que hoje é vice-presidente de atacado do banco. A expectativa é que o IPO possa acontecer entre março e abril, segundo as informações do site Valor Econômico.

# SEGURO INTERMITENTE MUDARÁ A FORMA DE CONSUMO E TRARÁ UM PÚBLICO MAIOR ÀS SEGURADORAS

---

*Por Paulo Marchetti, CEO da Compara no Brasil*



Vivemos um momento de constantes transformações no mundo e isso não é diferente com o mercado de seguros. A Susep (Superintendência de Seguros Privados) autorizou uma inovação no setor: uma opção intermitente, conhecido como "liga-desliga", pois permite que a cobertura seja contratada por alguns dias, horas, minutos ou até durante um trecho em uma viagem. De acordo com a instituição, essa tendência deve se tornar cada vez mais comum e estimativas internacionais preveem um crescimento de 25% desse mercado até 2024.

Já em uso em países desenvolvidos como os Estados Unidos e Chile, a iniciativa de adequar o seguro as reais necessidades do consumidor é positiva, pois vai baratear o serviço e mudará a relação de consumo no país. Com a opção "liga-desliga", o cliente compra o produto em intervalos de tempo,



diferente do praxe do mercado, que é o plano anual. A tendência é que as seguradoras recebam um maior número de contratações, em especial em viagens, situação que o cliente quer ficar protegido apenas naquele período.

A nova modalidade vai funcionar da seguinte forma: se você quiser viajar de carro, por exemplo, e quer que durante esse tempo o veículo esteja seguro, você poderá contratar um plano que cubra apenas o seu deslocamento. Ou, se você quiser que o seu carro esteja coberto pelo seguro por apenas três meses, você poderá escolher o plano que cubra só esse período. Para vigências com prazos menores que 24 horas, não será possível receber o valor de volta em caso de cancelamento, se o período da cobertura já estiver iniciado.

Outras vantagens são que o seguro intermitente é oferecido e contratado pela internet e pode chegar ao valor de 50 reais, dependendo da personaliza-

ção da proteção. Essa flexibilidade na contratação e valor, atingirá prioritariamente os jovens, independente da renda, uma vez que esse público viaja mais, usa menos o carro e pode frequentar regiões mais perigosas.

Em meio a tanta novidade e diferentes formas de contratação, é normal o consumidor sentir-se perdido. Para o cliente não tomar decisões precipitadas, o ideal é avaliar todas as opções e comparar a oferta que melhor se encaixa para o seu perfil.

Vale apenas uma ressalva para o cliente ficar atento ao seguro intermitente, pois se ele não fizer a conta direito, uma viagem longa pode gerar um valor elevado e ele pode perder o controle dos custos, fugindo do objetivo do produto que é otimizar o uso e gastos.

Site: <https://www.comparaonline.com.br/>

# “GESTÃO DE RISCOS E COMPLIANCE DEVEM FAZER PARTE DA ROTINA CORPORATIVA”

A especialista em gestão de risco e Compliance, Daniela Paschoal, concedeu entrevista exclusiva à Revista Seguro Nova Digital. A autora do livro “Risco e Compliance”, da editora SENAC, mensurou o tamanho da importância de uma empresa do mercado de seguros promover a cultura de gestão de risco no ambiente interno.

## HÁ QUANTO TEMPO VOCÊ PARTICIPA ATIVAMENTE DO MERCADO DE SEGUROS?

Eu atuo com seguros desde 2000, quando fui convidada pelo Banco no qual trabalhava, o Bilbao Vizcaya, a fazer parte da startup da BBV Seguradora no Brasil.

De lá para cá, mergulhei no universo dos seguros e acabei abrindo uma segunda vocação: o ensino de seguros, que fez aumentar ainda mais minha conexão a participação ativa no mercado.

## O QUE TE FEZ SE IDENTIFICAR COM AS ESTRATÉGIAS DE RISCOS E COMPLIANCE NO MERCADO DE SEGUROS?

Trabalhei em grandes seguradoras, sempre em parceria com as Áreas de Governança, Risco e Compliance e percebi que quanto mais complexas as operações, maior a necessidade de conhecer o negócio, mapear os riscos e implantar controles.

## QUAL É A IMPORTÂNCIA DE UMA SEGURADORA ADOTAR POLÍTICAS DE COMPLIANCE PARA O DESENVOLVIMENTO DO SETOR NO BRASIL?

Em um setor altamente regulado, como o nosso de seguros, saúde e previdência, é imprescindível que as empresas estejam atentas à conformidade e envolvam toda a organização neste propósito. Isso fortalece a companhia, denota zelo e respeito com o consumidor e a sociedade, levando ao desenvolvimento do setor.

## DE QUE MANEIRA É APLICADA A ESTRATÉGIA DE GESTÃO DE RISCOS NAS COMPANHIAS DO MERCADO DE SEGUROS? PARA QUE ELAS SERVEM?

A gestão de riscos deve fazer parte da rotina corporativa e servir como suporte para a tomada de decisões. Identificar eventos capazes de afetar a organização e calibrá-los para que fiquem compatíveis com o apetite por riscos, resultará em solvência e em oportunidades de negócios para as seguradoras.

SUSEP, ANS e PREVIC estabelecem os riscos para os quais devem ser provisionados os capitais regulatórios, como os riscos de subscrição, crédito, operacional e de mercado. As companhias identificam o tipo de exposição e avaliam a probabilidade de incidência e o impacto na operação. É a chamada “matriz de riscos”, monitorada pela Gestão de Riscos, visando à melhoria contínua nos processos.

## NO SEU LIVRO “RISCO E COMPLIANCE”, VOCÊ TRATA SOBRE O GERENCIAMENTO DE CRISE PARA PERMANÊNCIA DOS NEGÓCIOS. SEM DAR ‘SPOILER’ DO LIVRO, VOCÊ PODERIA INTRODUIR QUAIS AÇÕES DEVEM SER FEITAS PARA GERIR A CRISE DE UMA EMPRESA PARA QUE SUA IMAGEM NÃO FIQUE DESGASTADA?

Crise é uma fase crítica da vida de um ser, de uma organização ou de um sistema, que coloca em xeque seus fundamentos.



## ESTE ESPAÇO VOCÊ TEM PARA FAZER UMA BREVE APRESENTAÇÃO DO SEU LIVRO.

O livro “Risco e Compliance” é parte da Série Universitária para cursos a distância do Ensino Superior da Faculdade Senac, na qual sou conteudista da disciplina Risco e Compliance da Pós-graduação de Seguros e Previdência.

A Série Universitária foi desenvolvida pelo Senac São Paulo com o intuito de preparar profissionais para o mercado de trabalho. Os títulos abrangem diversas áreas, abordando desde conhecimentos teóricos e práticos adequados às exigências profissionais até a formação ética e sólida.

“Risco e compliance” apresenta as fontes e mensura os riscos para aplicação de métodos de gestão integrada de risco no setor de seguros e previdência. Entre os temas abordados, estão a estrutura de governança corporativa e os processos de controles internos das seguradoras e entidades de previdência complementar aberta e fechada, estudadas à luz das normas reguladoras da Susep e da Previc. O livro trata ainda da auditoria baseada em riscos e do gerenciamento de crises para continuidade dos negócios. O objetivo é proporcionar ao leitor uma abordagem holística e integrada dos aspectos de governança, riscos e compliance (GRC), promovendo a cultura de integridade e destacando a importância da atuação ética.

*Daniela Paschoal é formada em Direito, com especializações em seguros, previdência, responsabilidade civil, certificação internacional LOMA e MBA em Direito do Seguro e Resseguro. Mestranda em Gestão de Negócios pela Fundação Instituto de Administração (FIA).*

Em um mundo instável e turbulento, a gestão de crise não pode mais ser considerada como um fato excepcional. Crises ou eventos catastróficos têm a capacidade de afetar significativamente a empresa, resultando em perdas financeiras ou de reputação, e geralmente requerem uma reação multidisciplinar.

Em meu livro trato mais sobre este tema, trazendo fatos e eventos que requerem gestão ativa, como o salvamento e a proteção das pessoas e do patrimônio, o entendimento do fato gerador, a contenção do dano, dentre outros.

### **AINDA HOJE A CULTURA DE SEGUROS ESTÁ POUCO DIFUNDA PELO BRASIL. VOCÊ ACREDITA QUE O GERENCIAMENTO DE RISCOS E COMPLIANCE SÃO ITENS QUE AUXILIAM NO DESENVOLVIMENTO DA IMAGEM DO SETOR DE SEGUROS NO PAÍS?**

Acredito. As organizações que adotam os princípios da GRC - governança, risco e compliance integrados - favorecem o aprimoramento de uma cultura organizacional com alto grau de maturidade e comprometimento, gerando credibilidade e valor para a integração com os mercados e comunidades em que atuam.

# BRASILEIRO GOSTA DE VIAJAR, MAS POUCO SE PREOCUPA COM SEGURO VIAGEM

*O período de férias é esperado ansiosamente. Ainda mais se a viagem inesquecível já estiver marcada. Apesar de ser um momento importante na vida das pessoas, viajar acarreta vários cuidados de segurança e saúde. Para garantir um passeio mais tranquilo, o seguro viagem dispõe de coberturas essenciais ao viajante. A Revista Seguro Nova Digital procurou um consumidor e uma empresa para entender o cenário dessa proteção no país.*

**Especialista em seguro viagem - Renato Dassan, gerente regional da Travel Ace**

**REVISTA SEGURO NOVA DIGITAL: MUITOS VIAJANTES DEIXAM DE ADQUIRIR SEGURO VIAGEM POR DESCONHECEREM OU POR ACHAREM QUE É DESNECESSÁRIO. DE QUE FORMA ATRAIR ESSES CONSUMIDORES?**

**Renato Dassan** - Atualmente a falta de informação é o maior causador pela não aquisição do Seguro Viagem. Nossa estratégia é termos cada vez mais parceiros falando da marca Travel Ace e da importância em ter um seguro viagem. Nós atuamos de forma ativa com as agências e operadoras de turismo e com digital influencers. Estes por sua vez contando alguns cases e os principais benefícios de viajar protegido.

**RSND - QUAIS SÃO OS PLANOS QUE A TRAVEL ACE OFERECE AO SEGURADO? PODERIA DIZER OS VALORES?**

**RD** - Nós temos planos que vão de USD 12.000 (Tourist) até USD 300.000 (Maximum). Estes produtos variam de USD 4,50 à USD 14,70 ao dia.

**RSND - EM ALGUNS PAÍSES, SEGURO VIAGEM É LEI. NO SEU PONTO DE VISTA, COMO A SOCIEDADE BRASILEIRA ENCARARIA SE PEGÁSSEMOS O EXEMPLO DE FORA? VOCÊ ACREDITA QUE ESSA É A MELHOR MANEIRA DE DISSEMINAR A CULTURA DESSA PROTEÇÃO NO PAÍS?**

**RD** - Sim. Poderíamos ir mais a fundo neste assunto e solicitar que todo brasileiro viajando para qualquer parte do mundo deveria sair com seguro viagem, independente se o país que ele vai exige ou não. Quando o brasileiro viaja sem seguro viagem e algo grave acontece, o Itamarati necessita entrar no caso e dar todo apoio, com essa obrigatoriedade, eliminaríamos esta intervenção e ficaria a cargo das empresas especializadas em seguro viagem cuidar de toda situação.



**RSND - QUAIS SÃO OS PRINCIPAIS CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO DESSE SEGURO NA TRAVEL ACE?**

**RD** - Agências e operadoras de viagem, agências corporativas e empresas.

**RSND - A TEMPORADA DE FÉRIAS É, CERTAMENTE, O PERÍODO DE MAIOR MOVIMENTAÇÃO NA TRAVEL ACE. PODERIA REVELAR OS NÚMEROS DA COMPANHIA?**

**RD** - Este é nosso principal período onde vendemos o dobro dos outros meses.



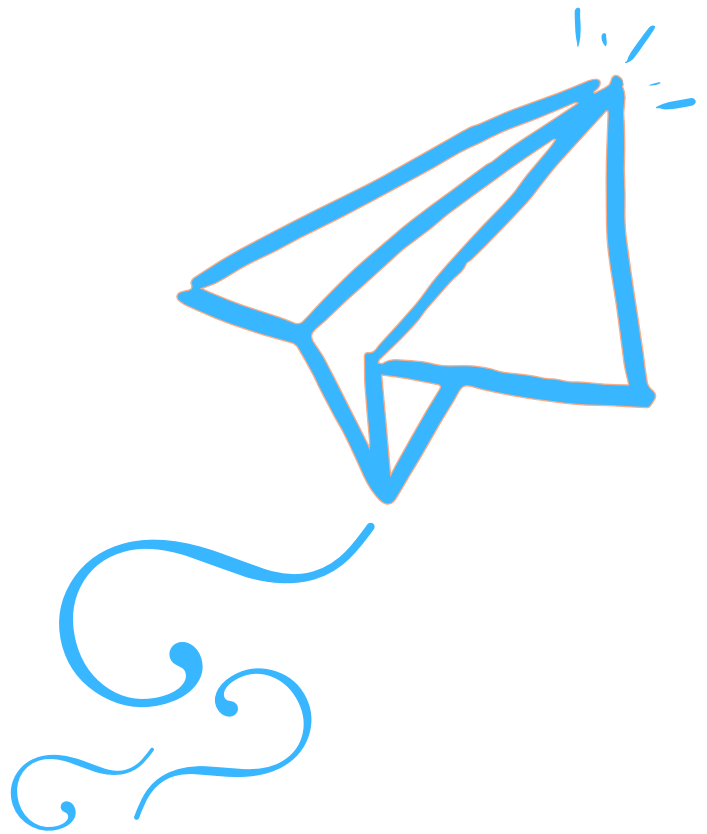
*“ATravel Ace atua no mercado há mais de 40 anos e está sempre inovando em seu atendimento. Agora temos disponível para todos nossos clientes o serviço de telemedicina. Este benefício traz facilidade ao nosso cliente que poderá acionar nosso médico de qualquer lugar do mundo via app e ter o primeiro atendimento sem a necessidade de interromper seu passeio ou reunião de negócios.”*

**Consumidor - Lucas Martins, publicitário, 39 anos.**

**REVISTA SEGURO NOVA DIGITAL- QUANTAS VEZES AO ANO VOCÊ COSTUMA VIAJAR?**

**Lucas Martins** - Costumo viajar uma ou duas vezes por ano.

**RSND - QUAL FOI SEU PRIMEIRO CONTATO COM O SEGURO DESSA NATUREZA?**



**LM** - Em 2007, ao ingressar como funcionário em uma seguradora, pude conhecer diversos tipos de seguros. Com isso, acabei tendo acesso a mais detalhes sobre essa proteção. Acredito que se não fosse dessa maneira, conheceria somente na hora de viajar.

**RSND - VOCÊ CONSIDERA FÁCIL A CONTRATAÇÃO DO SEGURO VIAGEM?**

**LM** - Muito fácil. Sempre consigo comprar pela internet ou no próprio aeroporto em um stand de uma das seguradoras existentes no mercado.

**RSND - EM ALGUM MOMENTO PRECISOU DO CORRETOR DE SEGUROS, SEJA PARA CONTRATAR OU NO PÓS-VENDA?**

**LM** - Para a contratação do seguro, em nenhum momento eu consultei o corretor. Apenas fiz contratações online ou pelos stands de vendas localizados nos aeroportos.

**RSND - APESAR DE SER IMPORTANTE, MUITOS BRASILEIROS DÃO POUCA PRIORIDADE PARA O SEGURO VIAGEM. NO SEU PONTO DE VISTA COMO CONSUMIDOR, O QUE OS AFASTAM DESSA PROTEÇÃO?**

**LM** - Eu acredito que a falta de conhecimento da importância de ter um seguro e as coberturas que você tem direito, ao contratar.

# COMO A TECNOLOGIA DEVE VIRAR UMA ALIADA DE VENDA DOS CORRETORES?

*O desenvolvimento da tecnologia no mercado de seguros trouxe à tona um problema: a profissão de corretor de seguros vai acabar? Apesar da dúvida, está claro para os profissionais do mercado a importância de uma venda consultiva, com uma comunicação especializada entre o corretor e o segurado.*

*Desse modo, uma nova pergunta é estabelecida: de que maneira os corretores devem usar a tecnologia como uma aliada de vendas? A Revista Seguro Nova Digital foi sanar essa dúvida com dois profissionais de seguros.*

“Vejo a tecnologia como algo muito mais forte do que um aliado. Na verdade, creio que temos que nos adaptar com sua velocidade. A cada dia que passa, mais modernos ficam os nichos do mercado de produção brasileiro. O seguro não fica fora disso. É essencial que nos atualizemos dia a dia a fim de extrair ao máximo o que a tecnologia nos oferece.

Análise de dados, perfis mais precisos, atendimentos inteligentes e machine learning são inúmeros recursos que podem agregar bastante valor ao nosso mercado. “Fico fascinado com a possibilidade de inovarmos na área do seguro”.



**PAULO OLIVEIRA,**  
**DIRETOR COMERCIAL DA JBO**  
**CORRETORA DE SEGUROS**



**RICARDO RODRIGUES,**  
**GESTOR DE NEGÓCIOS DA**  
**REGULA SINISTROS**



"Existem vários cenários nos quais podemos colocar a tecnologia como aliada do corretor de seguros. Creio que o profissional deveria utilizar a tecnologia disponível como meio para viabilizar o autoatendimento do seu segurado. Nosso cotidiano é muito atarefado e não temos mais tempo para ficar esperando no telefone ou redigir um longo e-mail para passar informações. O consumidor do século XXI exige praticidade e comodidade, se possível ao toque de um botão num aplicativo fácil de usar. Ele quer autonomia e liberdade, sem dependência de terceiros, para satisfazer suas necessidades.

É pertinente lembrarmos que existe de fato uma barreira cultural em alguns segurados que pode gerar uma resistência ao autoatendimento, mas nada que não seja possível de contornar com trabalhos de comunicação elucidando seus benefícios.

Se bem planejada e executada, uma plataforma de autoatendimento, além de gerar valor para o segurado, irá desafogar a rotina do corretor de seguros, que pode focar suas energias e recursos em atividades mais produtivas, como, por exemplo, a angariação de novos negócios".



Assist Card anuncia Mônica Queiroz como nova diretora comercial. A executiva chega para liderar um time de mais de 20 profissionais que atuam nos mercados de São Paulo, Rio de Janeiro e região nordeste do País.

A companhia anuncia também a chegada de Elizabeth López como nova diretora de people & talent. A contratação faz parte das estratégias de transformação cultural e expansão de negócios da empresa.



A Brasilcap tem novo presidente: Antônio Gustavo Matos do Vale. Aos 68 anos, ele ocupava a Vice-Presidência de Gestão de Pessoas, Suprimentos e Operações do Banco do Brasil desde janeiro de 2019.



Marcio Hamilton Ferreira, 48 anos, assume a presidência da Brasilprev. Funcionário de carreira do Banco do Brasil há 33 anos, ele exerceu anteriormente a função de vice-presidente de Negócios de Atacado do BB. Hamilton substitui Walter Malieni, que estava na liderança da companhia desde o início de 2019.



Ex-superintendente da Susep e ex-presidente do SINCOR-GO, o goiano Joaquim Mendanha de Ataídes foi eleito o novo presidente do Ibracor.



Aon nomeia Alejandro Galizia como CEO para América Latina. O executivo tem ampla experiência no setor em funções comerciais e estratégicas de desenvolvimento de negócios.



A ESSOR Seguros tem um novo Gerente de Desenvolvimento de Negócios e Canais Digitais: o executivo Roberto Uhl. Com 19 anos de experiência no mercado segurador, o executivo possui conhecimento nos segmentos de Property SME, E&O, MedMal, D&O e RD.



# 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 de 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

# COM NOVA MARCA, MAG SEGUROS CELEBRA 185 ANOS

Tornar-se uma nova marca e sem perder o tradicionalismo é a tarefa que poucas organizações do mundo conseguem realizar. Uma empresa brasileira em especial está no caminho certo. A Mongeral Aegon, companhia mais longeva do mercado segurador, mudou sua maneira de apresentação ao público. O anúncio ocorreu durante a celebração de seus 185 anos, no Magnext, evento realizado pela seguradora que ocorreu entre os dias 9 e 11 de janeiro, no Rio de Janeiro.

Para tomar a decisão, o Grupo Mongeral Aegon fez estudos e pesquisas. “Mudar o nome de uma marca não se faz de uma hora para outra, tampouco é uma decisão simples. Isso ainda fica mais latente quando tratamos de uma companhia de quase 200 anos. No entanto não medimos esforços para avançar. Realizamos pesquisas quantitativas e qualitativas. Ouvimos consumidores, clientes, líderes e colaboradores. Envolvemos todas as empresas do grupo para chegarmos a este resultado”, explica Nuno Pedro David, diretor de Marketing da MAG Seguros.

Outra grande novidade é a criação da fintech para corretores de seguros. Por meio da MAG Finanças, a companhia lançou uma espécie de conta digital para os profissionais. Para criar a conta, o corretor deve baixar o app



MAG Finanças na sua loja virtual e se cadastrar. Após a inscrição, o profissional já será usuário da conta digital, podendo fazer transferências, saques e diversos pagamentos.

Nos primeiros meses, os usuários terão direito a quatro transferências, quatro saques e 10 pagamentos, todos

gratuitos. O executivo responsável pela MAG Finanças, Marcos Diniz, disse que está nos planos aumentar ainda mais os benefícios para o conforto do usuário. “O planejamento é de trazer mais benefícios aos corretores. Em pouco tempo, muitos profissionais já se tornaram usuários digitais da MAG Seguros”.

## CRESCIMENTO ACIMA DO MERCADO

A MAG Seguros espera que as mudanças reflitam nos números da seguradora. Assim como os anos anteriores, quando a companhia cresceu acima da média do mercado de Vida e Previdência, 2020 é repleto de expectativas.

Com uma base de quatro mil corretores, a seguradora projeta crescimento de 19% neste ano, acima da perspectiva do mercado, que é de 10% a 12%. “Em um momento de dificuldade econômica conseguimos seguir fortes”, aponta Helder Molina, presidente da MAG Seguros. Um dos aspectos decisivos para o crescimento mesmo em recessão financeira é a capacitação dos corretores. “Acreditamos muito no treinamento e na educação dos profissionais”, disse o executivo.



Helder Molina, presidente da MAG Seguros



Alex Wynaendts, presidente da Aegon

Já o presidente da Aegon, Alex Wynaendts, convidado para o Magnext, está confiante com a penetração do seguros na vida das pessoas. “O Brasil tem recursos que podem ser desenvolvidos. A população é jovem e está disposta a consumir”. O executivo observa, ainda, que o brasileiro precisa se desprender do apoio do governo no investimento financeiro.

“A população deve depender menos do governo, pois ele não dará conta de cuidar dos investimentos. Precisamos ajudar as famílias a tomar responsabilidade para segurança financeira delas mesmo. Nós, enquanto Aegon, estamos muito empolgados em fazer parte desse processo”, observou Wynaendts.



**Danilo Piva (Piva Corretora de Seguros) – Marília-SP**

"Foi um evento ímpar no mercado segurador. A estrutura foi inigualável, além da grande atenção que a companhia deu aos participantes. As palestras foram extremamente motivadoras. Ao assisti-las, percebi a perseverança dos participantes mesmo ele atuando em outras áreas. A festa do Galo de Ouro é algo surreal para quem almeja trilhar uma carreira de sucesso ao lado da MAG Seguros. Enxergar a magnitude desse prêmio é extremamente motivador. Tenho orgulho em fazer parte dos corretores parceiros da seguradora".



**Rodrigo Motta (Prev-Meta Corretora de Seguros) – Marília-SP**

"O evento me trouxe um aprendizado extraordinário, tanto profissional, quanto pessoal. Foi de uma proporção imensa, do tamanho da MAG Seguros. Palestras marcantes, como a do Ricardo Amorim, um dos maiores palestrantes do país. A presença de personalidades como Bernardinho do vôlei, a jogadora Marta e David Roberts foram extremamente proveitosas. A seguradora mostrou como o corretor é valorizado. O evento foi simplesmente fantástico!"



**Fernanda Onório (Leben Corretora) – Goiânia-GO**

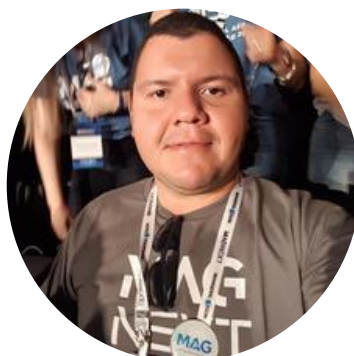
"O Grupo Mongeral Aegon nos presenteou com o Magnext. Uma convenção que surpreendeu pela grandeza, organização e palestrantes. Foi uma experiência única participar, além de ter sido uma oportunidade fantástica de nos aproximar ainda mais da empresa, saber seus números e mensurarmos o quão grande é a companhia que representamos. Feliz em fazer parte dessa história e orgulho em pertencer".

# #EUFUINO MAGNEXT



**Paulo Victor Pimentel (Sua Vida Protegida Seguros e Previdência) – Goiânia-GO**

"Desde junho de 2018 na Mongeral Aegon, iniciando como treinando e hoje corretor, fui sendo surpreendido pela grandiosidade de companhia. Com a realização do Magnext, pude ter a real noção in loco do que é a seguradora mais antiga do Brasil. Aproveitei ao máximo a experiência dessa imersão de um fim de semana todo repleto de boas ideias, ambiente de criatividade, inovação e superação de limites, com todos os detalhes carinhosamente organizados pela companhia. A sensação é de que o corretor faz parte de algo muito grandioso".



**Rafael Sátiro – (ST Investimentos Corretora de Seguros) Fortaleza-CE**

"Sou parceiro da Mongeral há dois anos. O evento foi um divisor de águas para mim. Eu entendi o tamanho da empresa que sou parceiro. A MAG Seguros é uma companhia familiar, com uma forma de trabalho diferenciada. As palestras foram agregadoras e muito realistas quando se diz respeito ao futuro dos brasileiros. O Magnext foi engrandecedor em termos de conhecimento".



**Giuliana Santos, da equipe de vendas da MAG Seguros de Blumenau-SC**

"Com certeza o Magnext foi um dos maiores e mais impactantes eventos que o mercado segurador pôde presenciar. Tudo foi pensado nos mínimos detalhes pela equipe da MAG Seguros. Tivemos a oportunidade de participar de palestras de qualidade, com pessoas incríveis. Apesar de ter quase três mil participantes, tudo estava muito organizado. Nós, colaboradores, assim como corretores e parceiros, tivemos um tratamento muito especial e carinhoso".



# DPVAT INDENIZOU 4,5 MILHÕES DE VÍTIMAS

*Em entrevista exclusiva à Revista Seguro Nova Digital, a Seguradora Líder, empresa que administra o Seguro DPVAT, abriu os números e mostrou a importância da proteção na vida dos brasileiros.*

**REVISTA SEGURO NOVA DIGITAL - COM OS ATUAIS DESDOBRAMENTOS EM TORNO DO SEGURO DPVAT, QUAIS SERÃO OS IMPACTOS DA REDUÇÃO DO PREÇO DA PROTEÇÃO NA VIDA DOS MOTORISTAS E MOTOCICLISTAS?**

**Seguradora Líder** - O Seguro propicia uma importante reparação social, já que protege os mais de 210 milhões de brasileiros em casos de acidentes de trânsito, especialmente os de renda mais baixa. Dos 42% de beneficiários que informaram a renda em todos os pedidos de indenização já computados pelo Consórcio do Seguro DPVAT, cerca de 80% possuem até

um salário mínimo. Além disso, de cada 10 veículos na rua, menos de três possuem seguro facultativo, que em grande parte, também dá cobertura a eventual responsabilidade civil contra danos materiais e pessoais. Portanto, mais de 70% dos veículos brasileiros transitam somente com o Seguro DPVAT.

O Seguro DPVAT devolve aos cidadãos brasileiros quase 90% de sua arrecadação anual total. A parcela destinada à margem de resultado e às despesas gerais do Consórcio DPVAT soma cerca de 12% do valor total pago pelo cidadão. Excluindo este percentual, todo o restante da arrecadação do Seguro DPVAT é destinado à sociedade. 50% são destinados à União, sendo 45% ao SUS para atendimento às vítimas de trânsito na rede hospitalar de saúde; e 5% ao Denatran, para campanhas de educação e prevenção de acidentes de trânsito. Além desses 50%, mais de 38% da arrecadação do Seguro DPVAT é destinado à sociedade. 50% são destinados à União, sendo 45% ao SUS para atendimento às vítimas de

trânsito na rede hospitalar de saúde; e 5% ao Denatran, para campanhas de educação e prevenção de acidentes de trânsito. Além desses 50%, mais de 38% da arrecadação são destinados ao pagamento das indenizações às vítimas de acidentes de trânsito e revertidos diretamente à sociedade. Sendo assim, constata-se que, de cada R\$ 1 pago pelos cidadãos no processo de arrecadação do Seguro DPVAT, há uma reversão de mais 88% para toda a sociedade (ou R\$0,88).

Nos últimos 11 anos, foram mais de R\$ 37,1 bilhões destinados aos cofres públicos, além de 4,5 milhões de indenizações pagas às vítimas de acidentes em todo o país, por morte, invalidez permanente e reembolso de despesas médicas. Em 2019, de janeiro a novembro, o Seguro DPVAT indenizou mais de 320 mil vítimas de acidentes de trânsito em todo o país. Deste total, mais de 213 mil foram para pessoas que ficaram com algum tipo de sequela permanente, fazendo dessa cobertura a mais solicitada do período, representando mais de 66% dos pagamentos. A cobertura por morte registrou 37.347 indenizações pagas e os reembolsos de despesas médicas (DAMS) somaram 69.725 benefícios concedidos.

**RSND - MESMO COM A SUA IMPORTÂNCIA, O PAGAMENTO DO DPVAT AINDA É MUITO CRITICADO POR PARTE DA POPULAÇÃO, QUE OBSERVA O SEGURO OBRIGATÓRIO COMO UM IMPOSTO A MAIS. VOCÊ ACREDITA QUE FALTOU SER MAIS EFICIENTE NA COMUNICAÇÃO COM OS SEGURADOS?**

**SL** - É importante destacar que o pagamento do Seguro DPVAT pelos proprietários de veículos segue sendo obrigatório, além de ser amplamente divulgado. A quitação do Seguro DPVAT é condição para a obtenção do CRV e CRLV, documentos de comprovação do licenciamento anual do veículo e de porte obrigatório.

**RSND - QUAIS FORAM AS JUSTIFICATIVAS DO GOVERNO PARA REDUZIR O VALOR?**

**SL** - Esta pergunta deve ser direcionada para o Governo Federal.

**RSND - OS ARGUMENTOS USADOS PROCEDEM? POR QUÊ?**

**SL** - Os estudos atuariais do Consórcio mostram que é possível, com o valor do Seguro praticado em 2019, que um projeto de Lei avance para o aumento da Importância Segurada (IS), com sugestão de reajuste da indenização máxima de R\$ 13.500 para R\$ 25.000. Os valores das indenizações para as três naturezas cobertas pelo

Seguro (morte, invalidez permanente - total ou parcial - e despesas médicas e suplementares) não são reajustados há 12 anos. Consideramos que o aumento da IS é uma medida em prol de toda sociedade. Já existem, inclusive, projetos de lei na Câmara e no Senado avançados neste sentido.

**RSND - EXISTE A POSSIBILIDADE DE A SEGURADORA LÍDER DEIXAR DE SER ADMINISTRADORA DO DPVAT APÓS O IMPASSE COM O GOVERNO? ATÉ O PRESENTE MOMENTO, A SEGURADORA LÍDER-DPVAT É UMA COMPANHIA DE CAPITAL NACIONAL, CONSTITUÍDA POR SEGURADORAS QUE PARTICIPAM DO CONSÓRCIO DO SEGURO DPVAT.**

**SL** - As Seguradoras Consorciadas permanecem responsáveis pela garantia das indenizações, prestando, também, atendimento a eventuais dúvidas e reclamações da sociedade. Contudo, a Seguradora Líder-DPVAT passou a representá-las nas esferas administrativa e judicial das operações de seguro, o que resulta em mais unidade e responsabilidade na centralização de ações. Além disso, facilita o acesso da Superintendência de Seguros Privados – SUSEP, na fiscalização das operações do Consórcio, através dos registros da Seguradora Líder-DPVAT. Este modelo de gestão está alinhado com os mais modernos mecanismos de governança corporativa e as mais modernas técnicas administrativas adotadas pelo mercado segurador e certamente vai contribuir para que o Seguro DPVAT seja visto como um benefício social importante de proteção da sociedade brasileira.



# REGULA PREMIUM

Feito para empresas que acreditam que podem encantar seus clientes com um atendimento profissional e humanizado na hora do sinistro. Reduza seus custos e ganhe tempo para novos negócios

## REGULA I

- 5 atendimentos mês.
- 60 atendimentos por ano.

**R\$599,99**  
por mês

## REGULA II

- 10 atendimentos mês.
- 120 atendimentos por ano.

**R\$1149,99**  
por mês

## REGULA III

- 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



A stylized illustration of a thumbs-up gesture, rendered in white with a thick black outline and a blue shadow. The hand is positioned centrally, with the thumb pointing upwards. Surrounding the hand are various digital and social media icons: a pink speech bubble with three dots, a white speech bubble with three horizontal lines, a blue play button, a blue square with a black 'f' (Facebook logo), a pink heart, a blue envelope, an orange rectangle with three horizontal lines, and a black circle with a line and a white circle. The background is a light gray brick wall.