



SEGURO

NOVA DIGITAL

16ª EDIÇÃO
MAI/2021

GBOEX:
108 ANOS
DE CUIDADO E
COMPROMISSO
COM AS PESSOAS.

NA COFACE, ROSANA
PASSOS DE PÁDUA
FOCA NO CORRETOR

VENDA DE VEÍCULOS
USADOS DISPARA NO
INÍCIO DE 2021

CAPACITAÇÃO
PROFISSIONAL NO
CENTRO DAS ATENÇÕES



SEGURO DE RESPONSABILIDADE CIVIL CONDUTOR:

MAIS UM LANÇAMENTO EXCLUSIVO DA ARGO

ÚNICO NO MERCADO

O **RC Condutor** é um seguro único no mercado e diferente de tudo que você já viu.

É inovador, digital e prático. Com ele, motoristas estão protegidos contra imprevistos e prejuízos causados a terceiros durante a condução de seus veículos.

O **RC Condutor** é ideal para quem dirige carro por aplicativo e a melhor opção para quem quer economizar no seguro sem abrir mão de diferenciais e assistências. E o melhor, para contratar você só precisa ter uma CNH vigente em mãos.

Fale com seu corretor e saiba mais!

DIRIGIR TRANQUILO FICOU MAIS FÁCIL.

Diferenciais:



Seguro 100% digital



Pagamento em até 12x sem juros



Inclusivo, acessível e cabe no seu bolso



Segurado não precisa ser dono do veículo



Válido para as categorias* B, C, D e E (*a condução de motos e caminhões não está amparada)

Assistências:



Reparo e Serviço de Guincho



Socorro Mecânico 24h



Serviço de chaveiro



Meio de transporte alternativo (táxi ou carro de aplicativo)

Processo Susep Nº 15414.616287/2020-51. O registro desse plano na SUSEP não implica, por parte da autarquia, incentivo ou recomendação à sua comercialização.


ARGO
SEGUROS

argoseguros.com.br



SERGIO VITOR



Jornalista
svitor@seguironovadigital.com.br
MTB 89.595

**FERNANDA DE O.
E OLIVEIRA**



Relações Públicas
foliveira@seguironovadigital.com.br

A CONQUISTA DA LONGEVIDADE NO MUNDO CORPORATIVO

Recentemente, completamos um ano de revista. Impossível não pensar na continuidade dos negócios com muita determinação e resiliência. A cada mês “de pé” é motivo para comemorar. Segundo dados do IBGE, publicados em outubro de 2020, a maioria das empresas no país não dura 10 anos. Além disso, uma a cada cinco fecha após um ano. Com a pandemia, então, fechar as portas foi a única alternativa para muitos brasileiros. Só até julho do ano passado, 716 mil donos e donas de empresa cancelaram o CNPJ.

Ser sócio ou proprietário de empresa é um grande desafio para pequenos, médios e grandes. Ninguém abre um negócio esperando que tenha prazo de validade. O fim vem, em muitas ocasiões, por situações insuperáveis de gerenciar o risco, como recessão econômica, contratempos em setores específicos de produção ou uma crise sanitária que assola o mundo.

Por isso, conquistar a longevidade é o resultado de um longo caminho repleto de percalços e incertezas. O GBOEX, uma das maiores empresas de seguros do país, é um exemplo de ultrapassagens de barreiras. A companhia completou recentemente 108 anos de atuação ininterrupta no mercado segurador. Na matéria principal desta edição, os gestores mostraram como a seguradora se adequa o mundo de hoje, promovendo campanhas de incentivo de produção.

As empresas de seguro auto também buscam a vida longa. Para isso, elas se adaptam cada vez mais ao gosto do consumidor. Gosto este que está mudando, algumas vezes não por escolha, mas sim por necessidade. Com a pandemia e a alta no preço do câmbio, o valor dos veículos 0km cresceu, mesmo os mais populares, lançados anualmente pelas concessionárias. O resultado disso foi a alta de 40% na compra de seminovos ou dos com mais de 13 anos de uso nos primeiros meses deste ano.

Daqui 108 anos, os fundadores da Seguro Nova Digital nem estarão mais por aqui. Só esperamos que a empresa continue viva e que alguém comemore essa história que projetamos escrevê-la por muitos anos.

Estes e outros assuntos relevantes para o setor você vai encontrar nas próximas páginas.

SEGURO
NOVA DIGITAL

A REVISTA ONLINE DO MERCADO DE SEGUROS

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

Email: contato@seguironovadigital.com.br

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

10

ENTREVISTA

ROSANA PASSOS DE PÁDUA QUER REFORÇAR RELACIONAMENTO COM CORRETOR

18

CAPA

GBOEX COMPLETA 108 ANOS DE HISTÓRIA

28

ARTIGO

FERNANDO FERRARI, DIRETOR DE OPERAÇÕES DA DOC24 NO BRASIL ESCREVE ARTIGO EXCLUSIVO

14

SEGURO EM DEBATE

DESMISTIFICANDO A LGPD E O PANORAMA DO SEGURO DE TRANSPORTE DE CARGA

24

VEÍCULOS ANTIGOS

PROTEÇÃO PARA ESSE TIPO DE AUTOMÓVEL DEVE GANHAR FORÇA

32

MOVIMENTAÇÕES

A DANÇA DAS CADEIRAS NO MERCADO SEGURADOR

Liberty Seguros anuncia doações para viabilizar vacinação no Brasil

A Liberty Seguros reforça seu compromisso em apoiar a comunidade com iniciativas focadas em atenuar os impactos sociais causados pela pandemia de COVID-19. Desta vez, a seguradora irá realizar uma doação de R\$1 milhão – sendo R\$500 mil destinados à Unidos pela Vacina, campanha liderada por Luiza Trajano, que tem como meta vacinar todos os brasileiros até setembro deste ano.

A seguradora irá contribuir para a viabilização do Plano de Vacinação da população em quatro cidades, em diferentes regiões do Brasil onde atua: Bauru (SP), Florianópolis (SC), Fortaleza (CE) e Manaus (AM). Os R\$ 500 mil serão utilizados para a compra de insumos destacados por cada uma das prefeituras como essenciais neste momento, sendo: 20 câmeras de conservação de vacina (510 litros e 1.200 litros), 146 caixas térmicas para transporte de vacina (20 litros) e cerca de 115 mil luvas de procedimento.



Linha SulAmérica Direto chega a Brasília

A SulAmérica segue expandindo sua família SulAmérica Direto pelo Brasil e gerando mais oportunidades de negócios para corretores de seguros em todo o país. A partir do dia 18, nossos parceiros comerciais poderão oferecer esta novidade para os moradores de Brasília e região, que inclui as cidades-satélites.

Os teleatendimentos com psicólogos são direcionados a qualquer brasileiro que esteja passando por dificuldades emocionais como consequência da pandemia ou profissional de saúde que trabalhe na linha de frente de combate à Covid-19.





Farias Sousa
Presidente da
AllCare

AllCare reporta crescimento de 49%

A AllCare, uma das maiores administradoras de planos de saúde coletivos e por adesão do país, reportou, no ano de 2020, um crescimento de 49% da carteira em relação a 2019. Apesar dos desafios enfrentados pelo setor em função da pandemia do novo coronavírus, a empresa ampliou sua base de vidas e atingiu a marca de 180 mil vidas administradas em 2020. Nos três primeiros meses deste ano, a AllCare já observa um crescimento de 14% no número de beneficiários.

“Estamos vivendo um momento de grandes desafios para o setor de saúde como um todo, e para o setor de saúde suplementar, em particular. Durante o ano de 2020 observamos a quebra de vários paradigmas, como a adoção da telemedicina, só para ficar em um exemplo. Também é certo que o brasileiro passou a se preocupar muito mais com os cuidados com a saúde e a buscar na rede privada uma alternativa ao sistema público”, afirma Farias Sousa, presidente da AllCare.

180° Seguros recebe aporte milionário para consolidar modelo de negócio

A 180° Seguros acaba de fechar sua primeira rodada de investimento no valor de R\$ 44 milhões (USD 8 milhões), liderada pelos fundos Canary, Dragoneer e Rainfall. O aporte é o maior já registrado em startups no setor de seguros no Brasil e na América Latina. O investimento dará o suporte necessário para a insurtech impulsionar a estratégia

de consolidação de seu modelo de negócio insurance as a service, com foco no desenvolvimento de produtos e na melhor experiência dos clientes, além de um time interno de primeira linha.

Fundada em 2020, a 180° atua por meio de um modelo B2B2C, provendo uma solução completa para que empresas consigam vender de forma inovadora e digital os produtos de seguros e assistências. Com uma metodologia própria, focada em alta tecnologia, a 180° estuda cada canal de distribuição identificando oportunidades de criar produtos únicos com a venda de seguros na jornada do cliente final, o “Embedded Insurance”.



Sócios da 180°
Seguros



PASI implementa novo modelo de governança corporativa

Garantir uma melhor governança corporativa, estimulando a participação ativa da equipe no planejamento, acompanhamento e realização das operações, é essencial para o sucesso de uma empresa. Antenado a esse contexto, o Seguro PASI instituiu recentemente três Comitês Estratégicos: o de Acionistas, de Gestão e o Financeiro. Eles foram criados para organizar e debater temas de interesse que envolve o futuro da empresa, de forma a profissionalizar ainda mais a gestão e a tomada de decisões

estratégicas. Com isso, o PASI consolida um novo modelo de governança, mais participativo e estratégico, evidenciando a evolução do negócio.

“O objetivo dos comitês é estabelecer esse novo modelo de governança, mais profissionalizado e preparado para o momento que vivemos hoje e para o futuro”, ressalta Fabiana Resende, vice-presidente executiva do Seguro PASI.

Argo Seguros se torna patrocinador institucional do Aromeiazero

Estimular cada vez mais pessoas a utilizarem a bicicleta como meio de transporte para o trabalho e o lazer. É com esse objetivo que a Argo Seguros, a maior seguradora especializada em bikes do Brasil, se tornou patrocinador institucional do Aromeiazero, ONG que tem como missão promover mudança no modo de vida das pessoas e das cidades através da bicicleta.



A escolha do Aromeiazero instituto é membro da Ciclocidade, União de Ciclistas do Brasil (UCB), Coalização Negra de

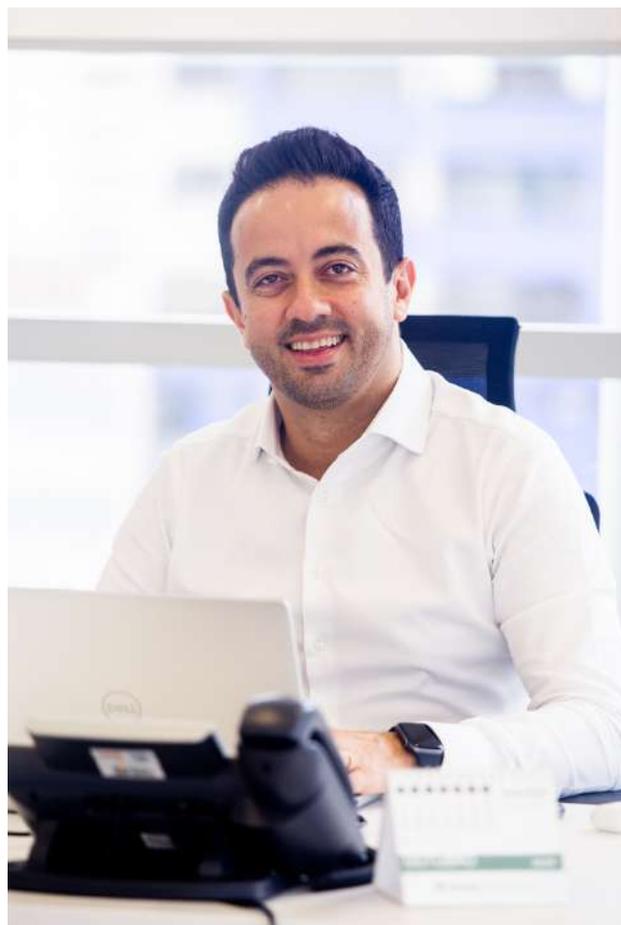
Ciclistas do Brasil (UCB), Coalização Negra de Direitos Humanos e da World Cycling Alliance. Entre outros destaques, a ONG teve também projetos reconhecidos no exterior como o Fórum Mundial da Bicicleta e do Velo-City em diversos países.

Desde sua fundação, em 2011, a ONG já realizou mais de 80 projetos. São mais de 800 pessoas que aprenderam sobre mecânica de bicicleta e outros conteúdos.

Corporate Habitação é a aposta da Wiz para a Construção Civil

Pioneira em serviços de apoio à Construção Civil no País, a Wiz Corporate – unidade de negócio da Wiz Soluções – está lançando uma plataforma digital completa baseada em três pilares: seguros e soluções de crédito aderentes às necessidades das construtoras, atendimento exclusivo por especialistas das áreas comercial e técnica, além de informações atualizadas sobre o segmento.

“O nosso portfólio está cada vez mais em consonância com os anseios e afinidades manifestadas pelo target. Com a alta dos preços de insumos e materiais, a Construção Civil carece de proteção e crédito. A Wiz é referência na emissão de seguros de responsabilidade civil e tem ampliado a atuação de suporte financeiro com garantias e serviços de crédito. Próximo de completar 50 anos, a Companhia está sempre se reinventando, levando modernidade e sólidos resultados aos parceiros”, destaca o diretor-executivo da Wiz Corporate, Gustavo Portela.



AXA no Brasil lança blog no Portal do Corretor

A AXA no Brasil lançou seu blog no Portal do Corretor, mais um canal para que o corretor parceiro conheça as novidades e melhores práticas da empresa. O objetivo é disponibilizar informações e dicas importantes para melhorar o seu desempenho e aumentar os seus negócios com a companhia, além de trazer novidades e curiosidades do universo do seguro.

“Essa é mais uma iniciativa para estarmos próximos dos corretores, dando o suporte necessário desde o início de sua jornada até a expansão de sua carteira, oferecendo conteúdos e dicas para que ele alavanque seus negócios e exerça um papel cada vez mais consultivo”, afirma Danielle Tilton Fagaraz, Gerente de Marketing Estratégico e Planejamento Comercial P&C da AXA no Brasil.



Você está preparado
para conversar
sobre o futuro
com os seus clientes?

Rodrigo Santoro
45 anos

Rodrigo Santoro
75 anos

A SulAmérica está. Evoluímos juntos para oferecer **Saúde Integral em todos os momentos.**

A SulAmérica está pronta para ajudar você a cuidar da saúde física, emocional e financeira dos seus clientes, com planos de saúde, odontológicos, de previdência, seguros de vida e plataforma de investimentos. **Isso é Saúde Integral. Para você e os seus clientes viverem melhor, por inteiro.**



Para saber mais, acesse
sulamericasaudeintegral.com.br
ou o código ao lado.

SulAmérica

125 ANOS

ANS - Nº 000246
ANS - Nº 414228

dentsumb.

Presidente da Coface do Brasil promete relacionamento ainda mais estreito com corretores

Sergio Vitor Guerra

Rosana Passos de Pádua está na prateleira de cima na estante que figura as grandes executivas do mercado segurador brasileiro. Com quase 40 anos de experiência profissional em finanças, crédito, gestão, seguros e resseguros, entre outros, a executiva chegou à Coface em março como CEO da companhia no país.

Além do desafio de assumir a linha de frente de uma seguradora global, Rosana chega em meio à pandemia com o propósito de continuar os projetos inovadores da gestão anterior. Em entrevista exclusiva à Seguro Nova Digital, a executiva expôs os caminhos que pretende trilhar nos próximos meses.

Seguro Nova Digital - A Coface é a maior seguradora de crédito no Brasil e uma das maiores do mundo nesse segmento. No seu ponto de vista, qual foi o tamanho da importância desse seguro nas empresas durante à pandemia?

Rosana Passos de Pádua – Eu já fui cliente da Coface e sei que o seguro de crédito é uma das ferramentas mais importantes para a mitigação de risco. Em se tratando de seguro de crédito, os benefícios são enormes para as empresas, sobretudo no que tange à inadimplência de clientes acentuada nas crises.

S.N.D – Como o seguro de crédito pode ajudar as empresas nesse caso?

R.P.P - Quando o risco de inadimplência é alto, o fluxo do caixa é impactado negativamente. Com uma apólice de seguro de crédito ativa, a empresa recebe uma compensação imediata, facilitando a gestão e diminuindo os prejuízos financeiros.



S.N.D - Os serviços de informação da Coface oferecidos às empresas são um exemplo da relevância dessa proteção?

R.P.P – Sim, os serviços de informação, como opinião de crédito sobre um determinado cliente, avaliação de risco ao devedor e relatórios empresariais, são também ferramentas de proteção contra a inadimplência.

S.N.D – Como você analisa o cenário de seguro de crédito no Brasil?

R.P.P - O seguro de crédito é muito conhecido no hemisfério norte, em economias mais maduras. Já nas emergentes, nem tanto. Essa baixa penetração ocorre por falta de conhecimento dos benefícios do produto.

Os empresários brasileiros se preocupam mais com o custo do prêmio e não fazem os cálculos desse investimento. É preciso entender o produto, e os benefícios atrelados.

S.N.D – De que maneira a Coface foi impactada pela pandemia?

R.P.P – Na contramão das outras crises, a sinistralidade no Brasil e no mundo está baixa. A pandemia nos afetou assim como em todas as atividades produtivas no país. Ela serviu para mostrar uma nova forma de trabalho, com colaboradores em home office.

S.N.D – Quando acabar a pandemia, você pretende retornar com toda sua equipe de forma presencial?

R.P.P – Os colaboradores vão trabalhar em modelo híbrido: três

dias em home office e dois no escritório. A Coface do Brasil está se adaptando à nova realidade por meio de um aplicativo corporativo, que permitirá reservar seu lugar a cada vez que o funcionário ir trabalhar no escritório. Esse modelo 'sem mesa fixa' aumenta a criatividade e a colaboração entre os departamentos,

S.N.D - Nos últimos anos, a Coface vem ampliando seu portfólio de produtos para atender uma maior gama de clientes. Inicialmente, o foco da sua gestão será de dar continuidade para ampliação desse leque?

R.P.P – Quero dar continuidade à inovação na empresa e atingir outros mercados. Nossa meta principal é expandir e mostrar a importância de uma proteção às empresas dispostas a entenderem o seguro de crédito

S.N.D - Quais os desafios que você considera ter à frente da gestão?

“

Os corretores são agentes fundamentais no processo de contratação do seguro

”

R.P.P - O crescimento por si só é um desafio. Precisamos de muito trabalho, além de manter o time engajado e motivado. Ainda há muitas incertezas do que será o futuro do mercado, como a reforma tributária, por exemplo. Porém, estou bastante preparada e confiante de que a gente vai conseguir ultrapassar todas as barreiras que vierem.

S.N.D - Qual é a importância que a sua gestão dará para os corretores de seguros?

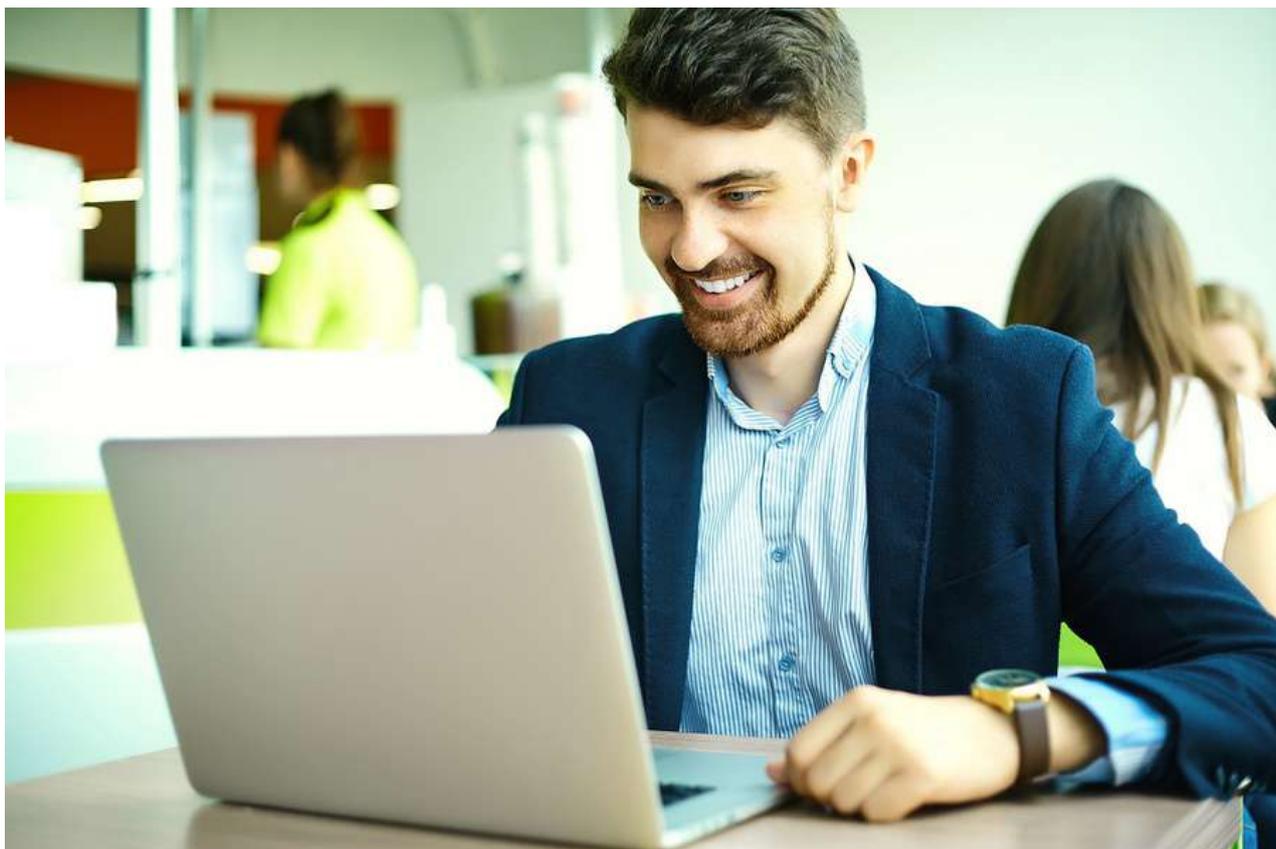
R.P.P - Eles são agentes fundamentais no processo de contratação de seguros. Os corretores são os únicos profissionais responsáveis em fazer o elo entre seguradora e segurado.

No período que estou à frente da Coface, conversei com cerca de 15 corretoras e 30 clientes, todos em conjunto. Não consigo imaginar uma seguradora sem um excelente relacionamento com os corretores.

Por isso, minha gestão será marcada por esse relacionamento cada vez mais forte, sempre disposta a ouvi-los e entender suas necessidades.

S.N.D - No seu ponto de vista, o que deve ser feito para estreitar ainda mais o relacionamento com os profissionais?

R.P.P - Muita conversa e reunião. O começo da minha gestão foi marcado por muito relacionamento com os profissionais. O nosso crescimento passa pelo atendimento que o corretor de seguros vai nos trazer nessas necessidades dos clientes, pois são eles quem estão na linha de frente desse relacionamento.



A LGPD e as oportunidades de venda de seguros

Ping Seguro

A solução que sempre ajudou o corretor de seguros a ter mais oportunidades de venda, pode passar por uma transformação por conta da LGPD também. O cross selling funciona como um cruzamento de dados enviados para o CRM para criar outras propostas de seguro para um cliente que já adquiriu algum tipo de seguro sendo de outro ramo com o mesmo corretor.

Essa funcionalidade é bem vantajosa, considerando que vender para um cliente que já conhece o seu trabalho é mais fácil, as vendas ganham bons resultados e o trabalho do corretor é simplificado.

Mas de acordo com a LGPD, será preciso ter o consentimento do seu cliente para fazer esse cruzamento de dados, ou seja, ao fechar essa parceria, o cliente deve ser

questionado sobre essa questão e se aceita esse tipo de ação. Isso deve estar claramente acordado entre ambas as partes, para que não ocorram desentendimento ou desconfiança por parte do cliente sobre como o corretor está utilizando seus dados, e com quem está os compartilhando, caso este use algum CRM para gerenciar sua corretora.

Esta é uma das questões que a LGPD irá vistoriar em muitas empresas e se você deseja entender mais sobre os impactos dessa nova lei e como isso será aplicado no mercado de seguros, fique por dentro redes sociais do Ping Seguro, em breve faremos uma live para esclarecer as dúvidas de nossos leitores.

O maior evento online de **Seguro de Transporte** do Brasil!

De 07 a 10 de Junho de 2021

100% Gratuito

Confira a programação e
faça sua inscrição em:

www.conference.fetransportebrasil.com.br

Ou acesse pelo QR CODE abaixo



Realizado por



Patrocinadores



Apoio de mídia





Painéis de Transporte de carga e LGPD nortearam as últimas edições do Seguro em Debate em maio

Programa de entrevista da Seguro Nova Digital teve apresentação simultânea na página do Facebook e no canal do YouTube da revista

Sergio Vitor Guerra

Seis especialistas foram entrevistados na última semana de maio do Seguro em Debate. Os temas “Como as Seguradoras e as Corretoras se adaptaram à LGPD” e “O Panorama do Seguro de Transporte de Carga no Brasil” foram trazidos à tona por três entrevistados em cada painel.

O objetivo do primeiro painel, sobre a LGPD, que ocorreu no dia 26 de maio, foi de explicar como o mercado segurador está se adaptando à nova lei. Além disso, os especialistas aproveitaram a oportunidade para detalhar as implicações da lei.

De acordo com o Dr. Clécio Galvão a lei acarreta uma série de cuidados que a empresa deve ter acerca do tratamento de informações dos seus clientes. “A lei exige, entre outros aspectos, que todas as empresas saibam exatamente quais são os dados coletados, como eles ingressam na sua base, por qual motivo esses dados foram capturados e com quem essas informações serão compartilhadas”.

Perante ao desafio de adequar toda sua operação à LGPD, a Wiz Corporate investiu numa equipe especializada, segundo Eduardo Bezerra, gerente comercial de Cyber da companhia. “A princípio, contratamos um escritório advocatício focado nessa lei para revisar todos os nossos contratos e apoiar na adaptação à nova política de privacidade de dados.

Já o especialista Rodrigo Aquino, diretor da Lean IT, empresa que assessora empresas interessadas em transformação digital, conta que para a adequação a companhia precisa mapear todo o caminho que aquela informação percorre em sua base. “Inicialmente, a Lean IT se preocupa em entender o contexto de cada organização. A partir disso, tomaremos as nossas ações em conjunto com os profissionais da empresa”.

Para comentar esses números, o Seguro em Debate reuniu no dia 27 de maio três profissionais peritos nesse segmento. Marcio Botelho, especialista em Placement da Wiz, salienta que se não fosse o auxílio do seguro de transporte neste momento de retração, o resultado seria ainda pior. “O setor de seguros foi vital para evitar um retrocesso ainda maior. Não é algo que nos deixa confortável e feliz. Entretanto, em vista do que passamos, o seguro foi fundamental para que o PIB não fosse ainda pior”.

“

O setor de seguros foi vital para evitar um retrocesso maior no transporte brasileiro

”

Rogério Bruch, diretor comercial da Fettransporte Brasil, aproveitou a oportunidade para ressaltar a importância do corretor de seguros no segmento de transporte. “O corretor deve sempre estar preparado, porque o consumidor está cada vez mais exigente e a concorrência de mercado se supera a cada ano”.

O desenvolvimento do seguro de transporte depende de algumas variáveis, sobretudo macroeconômicas. Em 2017, um relatório divulgado pela Federação das Empresas de Transporte de Carga de São Paulo (FETCESP) comparou o PIB brasileiro com a movimentação de transporte de cargas no país. Segundo o levantamento, o deslocamento de cargas acompanhou a recessão financeira, principalmente em 2015 e em 2016.

Já Salvatore Lombardi, CEO da Albatroz MGA, comentou sobre a importância da subscrição de risco nas transportadoras para uma precificação adequada ao segurado, o que gera, entre outros benefícios, argumento de venda para os corretores. A Albatroz é especialista nesse segmento, atuando do início ao fim na negociação entre segurado, corretor e seguradora. “A subscrição é extremamente importante na contratação do seguro dessa natureza. É nesse momento que a seguradora vai precificar e impor regras no gerenciamento de risco para aceitar as particularidades do transportador”.

Apoiadores



Mercado alerta sobre perigo das associações de proteção veicular



Vídeos, site, cartilha, folder e encarte mostram que “proteção veicular não garante proteção”

As principais entidades de representação do setor de seguros estruturaram diversas ações de comunicação para fornecer esclarecimentos à sociedade sobre os riscos da proteção veicular. A iniciativa é composta por site, vídeos e a cartilha “Proteção veicular não garante proteção” – com encarte apresentando quadro comparativo entre o seguro auto e a proteção veicular. A assinatura das ações é encabeçada pela Confederação Nacional das Seguradoras – CNseg, pelas Federações que a compõem, Sindicatos das Seguradoras e Sinapp, Fenacor e Sindicatos dos Corretores de Seguros. Todo o material de comunicação institucional descreve as principais

diferenças entre o seguro e o produto das associações, permitindo ao consumidor final ter um melhor entendimento sobre as diferenças que existem entre eles.

A Justiça, os Procons e órgão de supervisão do setor de seguros enfrentam crescimento significativo na quantidade de reclamações por parte dos consumidores prejudicados pelas associações. Nos últimos anos, o Ministério Público Federal e a Superintendência de Seguros Privados (Susep) têm atuado, por vezes em conjunto, para coibir a atuação das associações. Só a Susep já ingressou com aproximadamente 213 ações civis públicas, das quais 29 tiveram

reconhecidas a ilegalidade da atuação no âmbito dos Tribunais Regionais Federais das cinco regiões do País e do Superior Tribunal de Justiça, segundo a cartilha “Proteção veicular não garante proteção”.

Espalhadas por todo o País, sobretudo entre pequenas e médias cidades brasileiras, as associações podem se tornar um problema de enorme gravidade, sem qualquer controle de sua solidez financeira para oferecer irregularmente produto equiparável a seguro, segundo avaliação do setor de seguros. A cartilha esclarece que as associações de proteção veicular não querem se enquadrar no Código de Defesa do Consumidor, não admitem ser fiscalizadas pelo Poder Público.



Vamos juntos construir a Liberty do futuro?

Estão abertas as inscrições para o **Liberty Cresça Minha Ideia**, o primeiro desafio de inovação para corretores do mercado segurador.

Tema

Como a Liberty Seguros pode ser mais digital e ajudar os corretores do mercado a oferecerem uma melhor experiência ao cliente?

Importante

As ideias precisam ser alinhadas com uma das tendências do **Liberty Trends 2021**.

Quem pode se inscrever?



Corretoras com cadastro ativo na Liberty.



Individualmente ou em grupos de 2 a 5 corretores

*Não há limites de ideias, a mesma pessoa ou grupo pode enviar quantas ideias quiser.

Premiação



Quer inscrever a sua ideia?

Procure o quanto antes o seu gestor de vendas.

Você tem só até 31/05



SEGURANÇA E FOCO NO FUTURO: GBOEX COMPLETA 108 ANOS

Adaptar-se, garantir qualidade em tudo o que se propõe a entregar e preservar a saúde de colaboradores, parceiros e associados têm sido a tríade de ações essenciais do GBOEX. Desde o início da pandemia do novo coronavírus, a empresa intensificou ainda mais as atividades que já eram parte fundamental na gestão e nas rotinas, mesmo antes das mudanças impostas pela nova realidade. Fundado em 1913, o GBOEX, Entidade Aberta de Previdência Complementar sem fins lucrativos, completou 108 anos no dia 24 de maio e carrega em sua marca a tradição, a solidez e a segurança.

Com atuação no mercado de planos previdenciários em todo o território nacional, o GBOEX investiu em soluções inovadoras para evoluir e levar tranquilidade aos associados e parceiros. Por isso, seguiu seu trabalho de cuidar e proteger, implementou ações integradas com o objetivo de melhorar o desempenho operacional, mensurar resultados, aperfeiçoar procedimentos e oferecer novos benefícios. “Enfrentamos a pandemia, geradora de uma crise sem precedentes, com bons resultados, cumprindo nosso papel social”, afirma o diretor-presidente, Ilton Roberto Brum de Oliveira.

“O GBOEX possui eficiente sistema de controles internos, gestão de riscos e compliance, que possibilita o acompanhamento sistemático e gerencial das atividades operacionais”, esclarece Oliveira. Nesse contexto, a revisão de todos os processos, em conformidade com a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), foi concluída ainda no primeiro semestre do ano passado, incluindo treinamentos dos colaboradores e dos parceiros. O GBOEX também investiu em cibersegurança e em campanhas informativas sobre o tema.



Diretor-presidente do GBOEX
Ilton Roberto Brum de Oliveira

“

**Enfrentamos a
pandemia com bons
resultados, cumprindo
nosso papel social**

”

Mudanças e Sinergia

Neste ano, a empresa reestruturou a sua operação com a unificação das superintendências comercial e de marketing, resultando na Superintendência Comercial, Comunicação e Marketing. À frente do cargo e das responsabilidades está a executiva Ana Maria Pinto. Graduada em Administração de Empresas, especialista em Marketing Digital e em Gestão Comercial de Seguros pela Escola Nacional de Seguros, Ana Maria era superintendente de Marketing desde 2019, o que possibilitou à empresa intensificar a sinergia entre os diversos setores e promover a fusão. A decisão permitiu que os profissionais da área de marketing, colaboradores envolvidos no processo comercial, na sede e nas filiais, estejam mais integrados para a entrega de serviços e produtos de excelência aos parceiros de negócios e associados.

Uma nova linha de comunicação também foi criada para este e para o próximo ano. A atualização do conceito segue os preceitos de humanização e da afetividade traduzidos na frase: “Para tudo ficar bem, GBOEX”. O objetivo é evidenciar ainda mais a presença da empresa como sinônimo de proteção e tranquilidade no dia a dia das pessoas.

O período tem sido marco para novas propostas de postagens nas redes sociais do GBOEX. Especialistas de diferentes áreas foram convidados para repassar informações importantes para a manutenção da saúde, gestão financeira, segurança e dos planos e serviços da empresa. O Instagram [@gboex_oficial](#) e a página no Facebook (GBOEX) contam com peças e vídeos curtos que resumem conhecimentos sobre os temas e humanizam, ainda mais, os canais. Os posts são produzidos com o objetivo da entrega de conteúdo de qualidade para associados, parceiros e outros públicos que podem aproveitar os subsídios nas suas rotinas. No IGTV, o Minuto GBOEX, o Viva Bem GBOEX e o Dicas GBOEX são espaços com postagens todos os meses.

Foi também neste ano que o GBOEX lançou o novo Portal de Serviços (em www.gboex.com.br). O espaço virtual, desenvolvido para uma experiência intuitiva e agradável, garante a segurança das informações e possibilita, por exemplo, a comunicação de um sinistro de forma rápida e com praticidade.



Ana Maria Pinto
Superintendente Comercial,
Comunicação e Marketing

Foco no associado

A promoção Mensalidade Premiada 2021, já reconhecida pelos associados, segue premiando três clientes, todos os meses, por meio de sorteios. A iniciativa entrega um cartão-presente no valor de R\$ 1.500,00 e leva ainda mais benefícios às pessoas que confiam na empresa.

Outra facilidade lançada para os associados que contratarem novos planos é o pagamento de contribuições via cartão de crédito. As modalidades já praticadas pela empresa seguem disponíveis para os clientes, mas a nova forma para quitação dos valores mensais possibilita mais comodidade, com a mesma segurança aplicada em outros formatos, uma vez que



os dados do cartão são capturados após a confirmação da proposta de venda e repassadas pelo cliente em ambiente seguro e automatizado. São aceitas as bandeiras Mastercard, Visa, Amex, Hipercard e Elo.

Comercial

Entre as iniciativas para celebrar o aniversário do GBOEX, a empresa promove mais uma das suas tradicionais campanhas de incentivo. Com foco na valorização dos parceiros corretores de seguros, a ação +Produção +Prêmios consiste no resgate de produtos e serviços conforme a pontuação alcançada nas vendas realizadas, por meio de uma plataforma customizada, criada exclusivamente para essa dinâmica. Eletrodomésticos, viagens e eletrônicos estão entre as opções.

A ação comercial beneficia quem já atua junto ao GBOEX, mas também possibilita a participação dos corretores que se cadastrarem, e ativarem as suas vendas no período de maio a agosto de 2021. Outras etapas já integram o planejamento do setor comercial e garantem retornos aos parceiros até 31 de dezembro deste ano.

Digital

Otimização das vendas e gestão simplificada são os resultados conquistados com a nova plataforma digital do GBOEX. A empresa investiu no espaço virtual para permitir a melhor experiência para os corretores. Lançada em abril, a "Plataforma de Vendas Digital GBOEX" foi desenvolvida para facilitar os processos, gerar mais segurança na contratação de planos e serviços, garantir praticidade na interação e expandir a capilaridade. No espaço, é possível ter ampla visão da produção, realizada por intermédio da plataforma, acompanhar a performance de vendas, visualizar o status de cada

contrato transmitido e realizar o acesso sempre que for necessário.

Rede de Convênios

Um diferencial, também com o peso da tradição, a Rede de Convênios GBOEX continua firmando novas

(www.conveniosgboex.com.br)

parcerias para beneficiar associados com vantagens e descontos. Atualmente, o espaço integra mais de 6.000 produtos e serviços. A iniciativa existe há mais de 50 anos e é constantemente atualizada, inclusive para oferecer novos formatos de utilização, como consultas on-line, utilizadas com frequência durante a pandemia.

Novos dias

A data que marca a fundação do GBOEX remete à história vivida, mas também ao futuro. A entidade mantém o seu planejamento estratégico baseado na "longevidade empresarial", alinhado ao propósito de preservar a tranquilidade e de garantir momentos de mais serenidade aos associados. "Por tudo isso, é imprescindível agradecer aos colaboradores, que se dedicaram para manter a qualidade do trabalho e reinventaram o modo de desempenhar as tarefas; aos corretores de seguros, que levam nossos produtos e serviços Brasil a fora; e a tantos outros amigos e parceiros que se relacionam conosco, que enfrentaram juntos os desafios. Nossos agradecimentos aos associados, razão de ser da entidade, que continuaram irmanados nos valores centenários do GBOEX", conclui o diretor-presidente.

Corretor, o que vem depois da formação?

Sergio Vitor Guerra

O processo de aprendizado é interminável. Mesmo que os profissionais parem de frequentar salas de aula físicas ou virtuais, a experiência em si pode ser um grande aprendizado. Hoje em dia, o profissional de seguros, sobretudo o corretor, tem a oportunidade de ir além no que diz respeito à especialização.

Os cursos de capacitação e treinamentos são essenciais para ganhar posição de destaque em um mercado cada vez mais disputado. Para Sidney Dias, diretor da Conhecer Seguros, “todos os corretores de seguros recém-habilitados possuem, de um modo geral, um nível de conhecimento sobre negócios e seguros bastante semelhante”.

Em entrevista exclusiva, o diretor explicou a razão de a especialização ser extremamente importante para todo profissional.

Seguro Nova Digital - Na sua análise, o corretor de seguros recém-habilitado está pronto para atuar em diversos ramos de seguros?

Sidney Dias - O profissional que obtém o seu registro como corretor de seguros atende aos requisitos mínimos de conhecimento sobre seguros definido na regulamentação do setor. Isto significa que ele

pode atuar na análise de necessidades e na indicação de produtos de seguros em todos os ramos para os quais foi habilitado.

O caminho para a conquista do registro de corretor de seguros profissional no Brasil tem seus desafios, mas é algo que não leva um tempo muito elevado. No entanto, a construção de uma carteira de negócios com sucesso certamente demandará tempo, energia e dedicação bem maiores.

A habilitação como corretor de seguros pode ser vista como o marco inicial na carreira do profissional: sua caminhada está apenas começando. A sua evolução deve ser vista sob a perspectiva de desenvolvimento contínuo, permanente. O aprimoramento profissional dos corretores possui relação direta com a criação de um fluxo de clientes crescente e sustentado ao longo do tempo.

S.N.D - Por que a Conhecer Seguros considera importante o período pós-formação do corretor?

S.D - Todos os corretores de seguros recém-habilitados possuem de um modo geral, um nível de conhecimento sobre negócios e seguros bastante semelhante, pois participaram de treinamento padronizado ou, alternativamente, realizaram provas onde esse conhecimento mínimo pôde ser aferido.

Após obter a habilitação junto à Susep, o corretor enfrenta a competição, precisando desenvolver competências e adquirir outros conhecimentos, ao longo do tempo. A concorrência existe e é muito intensa – tanto com outros corretores quanto com outras formas de distribuição de produtos de seguros, como venda direta pela seguradoras, redes varejistas e canais bancários, por exemplo.

O corretor de seguros precisa investir na sua especialização. É necessário focar os ramos de seguros que considerar mais promissores para os negócios e, então, conhecer em profundidade as necessidades dos diferentes tipos de clientes e as características dos produtos oferecidos pelas seguradoras.

S.N.D - Em um mercado muito inserido no mundo digital, é possível dizer que só os corretores que se capacitarem terão vida longa no segmento?

S.D - Para serem bem-sucedidos, os corretores de seguros devem aprender a usar ferramentas digitais complexas – tanto aquelas que ele adquire para suporte direto à sua atividade quanto aquelas que são disponibilizados pelas seguradoras para viabilizar a comercialização e a operação de seus produtos.

O corretor de seguros é o principal responsável pelo sucesso do seu próprio negócio. Isto significa que ele deve conduzir o seu processo de atualização contínua integrando, nesse processo, de forma consciente, os treinamentos oferecidos pelos seus fornecedores – as seguradoras e as empresas que lhe fornecem sistemas e aplicativos para corretagem.

S.N.D - No seu ponto de vista, quais ramos têm grande potencial e que podem ser explorados pelos profissionais?

S.D - Falando sobre produtos voltados para pessoas físicas e microempresários, principalmente: a Pandemia, globalmente, trouxe mudanças para os negócios de seguros que ainda estão sendo entendidas. No entanto, já há percepção de que tendem a ganhar mais importância produtos com proteção para o caso de perda de renda pelo segurado e/ou que possam ajudá-los a lidar com imprevistos financeiros - como produtos de Previdência Privada Aberta e Seguros de Vida Resgatáveis (com acumulação).

Olhando para o mercado de forma mais ampla, é possível se perceber outras possibilidades. No caso do Brasil, mudanças regulatórias estão sendo introduzidas, com destaque para as alterações já implementadas nas normas para os Seguros de Danos e as Consultas Públicas em andamento, com destaque para alterações nas regras para os Seguros de Automóveis. Novos produtos deverão ser criados pelas seguradoras,

aproveitando as regras mais flexíveis, aumentando a concorrência entre as companhias e favorecendo o consumidor. Isso, é claro, também estimula a especialização do corretor de seguros, reforçando a necessidade do seu contínuo aperfeiçoamento.

Um otimismo quanto ao nível de retomada econômica do Brasil começa a se propagar pela sociedade. As estimativas de crescimento do PIB para 2021, que eram de 3,1%, já foram revistas para 3,5% e, agora, já existem analistas que trabalham com 5%. As notícias sobre volumes crescentes de investimento em fábricas, rodovias e negócios relacionados às commodities estão nas principais mídias. E as oportunidades de comercialização de seguros seguem o crescimento dos negócios.

Seguro Nova Digital - A nova geração de consumidor de seguros está mais exigente?

S.D - Os consumidores de seguros estão cada vez mais digitais. A Pandemia acelerou a transição para o relacionamento digital de todos os grupos demográficos, ainda que com diferenças nas características de atuação dos consumidores de diferentes gerações.

Pessoas de todos os grupos estão confiando mais e mais em suas próprias pesquisas, por meio de vários meios - com ênfase nos canais digitais - para obter informações sobre produtos de seguro e fechar negócios.

Pesquisas realizadas por diferentes empresas levam a uma mesma conclusão: os consumidores de seguros buscam informações para se tornarem independentes na tomada de decisão sobre a aquisição de seguros. Eles confiam nas suas próprias pesquisas online, nos depoimentos de familiares e amigos e, também, recorrem às indicações e recomendações dos corretores de seguros.

Existe, agora, uma forma de distribuição única: ainda que o fechamento do negócio seja feito na forma tradicional com o corretor de seguros, existe uma atividade digital em torno dessa operação, envolvendo pesquisas online e interação com outras pessoas pelas redes sociais.

Isso reforça, ainda mais, a importância do contínuo aprimoramento do corretor de seguros.

Sidney Dias

Diretor da
Conhecer Seguros





REGULA

Sinistros

REDUZA CUSTOS E TENHA TEMPO PARA VENDER!

REGULA PREMIUM

Tenha um departamento de sinistros completo pagando apenas R\$599,99* por mês

- **SUCESSO DOS SEUS SEGURADOS**
- **ATENDIMENTOS ACUMULATIVOS POR MÊS**
- **SEM RESTRIÇÃO DE TIPO DE SINISTRO (AUTO, RE, FIANÇA, VIDA E RC)**

*Confira em nosso site os planos Regula Premium:
WWW.REGULA.COM.BR

VENHA FAZER PARTE DA NOVA GERAÇÃO DE CORRETORES

Eles estão de volta

Alta no preço dos carros 0km corrobora para que o consumidor busque veículos usados de até 13 anos ou mais de estrada; setor de seguros visa ajustar às novas necessidades dos clientes

Sergio Vitor Guerra

No mês de maio, a Fenauto (Federação Nacional das Associações dos Revendedores de Veículos Automotores) divulgou os números das vendas de carros usados e seminovos nos quatro primeiros meses deste ano. O levantamento revelou um crescimento de 40,7% na compra de veículos dessa natureza em relação ao mesmo período do ano passado. A entidade explica que, entre outros motivos, está o preço alto dos carros novos.

Para o presidente da Fenauto, Ilídio dos Santos, esse mercado ficará ainda mais aquecido nos próximos meses com o aumento da confiança do consumidor. “Os efeitos dessa segunda onda da epidemia se fizeram sentir no mês de abril, quando houve queda nas vendas em relação a março. Desse modo, acredito que com a nova flexibilização das medidas e o retorno das atividades do comércio, já anunciada pela maioria dos governos estaduais, deverá gerar resultados positivos novamente nas próximas semanas. Aliado a isso, será o avanço da vacinação por todo o país, trazendo uma nova onda de confiança aos consumidores”, observa.



Ilídio dos Santos
Presidente da Fenauto

De acordo com dados do Sindipeças, a frota circulante no Brasil, entre 20 e 30 anos de fabricação, é de mais de 3,5 milhões de veículos. Destes, a grande maioria não conta com qualquer tipo de cobertura. O setor de seguro auto busca alternativas para atender esses potenciais segurados, que via de regra, estão fora do alvo das proteções tradicionais.

“Praticamente nenhuma seguradora do Brasil oferece cobertura para esses veículos fabricados entre 1996 e 2000”, analisa Roberto Posternark, diretor comercial da Ituran Brasil, empresa conhecida nacionalmente pelo seu sistema de rastreamento e, agora, por entregar um seguro auto mais popular, chamado de Ituran com Seguro (ICS). “A Ituran decidiu apoiar os donos dos carros mais antigos, principalmente em um momento em que as pessoas estão enfrentando dificuldades para trocar por modelos mais novos”, complementa.

O Ituran com Seguro é um produto que promove a inclusão de milhares de pessoas - uma vez que atende

perfeitamente às necessidades de quem quer segurar seu veículo, mas não consegue, seja por conta dos valores ou por não ser aceito.

“Fomos os idealizadores deste tipo de seguro, temos mais de 2 milhões de apólices emitidas até hoje”, completa o executivo.

“

Praticamente nenhuma seguradora do Brasil oferece cobertura para veículos fabricados entre 1996 e 2000

Roberto Posternark, diretor comercial da Ituran Brasil

”

Devido ao crescimento da circulação desses automóveis, o executivo projeta um aumento na procura do produto ICS da companhia. “Acreditamos em um crescimento entre 10% e 15% na demanda pelo Ituran com Seguro”.

Na análise de Genildo Dantas, gerente de analytics da TEx, muitas seguradoras ainda estão despreparadas para proteger veículos antigos devido, sobretudo, ao custo de manutenção que eles exigem. “As companhias de seguros não têm produtos adequados para veículos com maior tempo de uso. Atualmente, só 10% dos carros com 13 anos ou mais no Brasil possuem alguma proteção”, observa.

Segundo o especialista, esse problema tem potencial para ser resolvido devido à desregulamentação dessa carteira no país promovida pela Susep e pela constatação das seguradoras de que grande parte dos proprietários de automóveis antigos procuram coberturas mais simples, como para roubo e furto. Com os produtos menos padronizados, o papel do corretor é fundamental para detalhar as particularidades de cada proteção ao consumidor.

“A desregulamentação dos produtos fará com que eles sejam mais flexíveis, o que dificulta a comparação. Desse modo, o papel do corretor de seguros é ainda mais importante para detalhar as particularidades do seguro ao seu cliente”, explica Dantas.

Contratação moderna

O fim da padronização também facilita a chegada de novas empresas no mercado de seguros. Na carteira de seguro auto, a insurtech ‘Justos’ chega ao país com a intenção de modernizar a contratação de proteções para automóveis, inclusive os mais velhos. A startup vai utilizar dados para recompensar quem dirige de forma consciente e assim oferecer preços adequados.

Para o co-fundador da empresa, Dhaval Chadha, as companhias não conseguem precificar de forma justa certos tipos



Genildo Dantas
Gerente de Analytics da TEx



Roberto Posternak
Diretor Comercial da Ituran

de segmentos, como motoristas conscientes, jovens e pessoas que possuem carros mais antigos. Sendo assim, a empresa visa utilizar inteligência artificial e visão computadorizada para analisar e processar solicitações de forma mais rápida e simples, diminuindo assim o tempo de solução dos sinistros. “É dessa maneira que queremos trazer os preços justos para os nossos seguros. A tecnologia vai nos auxiliar e trazer essa “justiça” para o mercado”, destaca.

Chadha comenta que o produto da insurtech será oferecido para o consumidor final. “O cliente poderá contratar o seguro por aplicativo, site ou whatsapp, de uma maneira fácil, rápida e segura. No momento, só é possível entrar para uma lista de espera, mas a venda das apólices começa ainda este ano”.



anos

CUIDANDO DO SEU FUTURO.

Tradição, solidez e segurança sustentam a nossa trajetória e, assim, chegamos aos **108 anos** protegendo milhares de famílias. Comemoramos essa conquista ao seu lado e desejamos reforçar cada vez mais a nossa parceria.

OBRIGADO POR ESTAR SEMPRE CONOSCO!

24 de maio
Aniversário
GBOEX

PARATUDO FICAR
BEM

GBOEX Desde 1913
Previdência e Seguro de Pessoas
A proteção certa para os seus clientes.
0800 541 2483 | www.gboex.com.br

A contribuição da telemedicina no combate à pandemia

Fernando Ferrari*

Passados quase 15 meses do início da pandemia causada pelo coronavírus no Brasil, muito ainda se fala dos seus efeitos negativos. Além das centenas de milhares de vidas perdidas, os impactos na economia mundial foram sem precedentes na história da humanidade. Porém, existem também efeitos positivos, que acabaram por transformar nossa forma de trabalhar, de educar as crianças e, claro, de utilizar a medicina

Ainda em abril do ano passado foi assinada a 'Lei da Telemedicina' (Lei nº 13.989/2020), que especificou o que os médicos precisam informar ao paciente durante o atendimento os padrões que precisam ser seguidos para prestação desse serviço. Cerca de um ano depois, as consultas médicas por videochamada se tornaram um serviço indispensável não apenas no combate à proliferação da doença. A novidade foi rapidamente introduzida ao dia a dia de pacientes e médicos, que passaram a enxergar o serviço como uma alternativa segura e confortável para as suas necessidades nas mais diversas especialidades médicas.

Essa mudança no padrão de atendimento ocorreu em todos os países, não apenas nos mais desenvolvidos. Na América Latina,



como um todo, a demanda pelo serviço foi muito expressiva. Nos EUA, por exemplo, um estudo mostra que o uso da telemedicina pelos norte-americanos cresceu mais de 400%, passando de 11% para os atuais 46%. Apesar de não existirem números oficiais – principalmente por ainda não haver uma organização que reúna os diversos players - estima-se que somente no Brasil foram realizadas mais de cinco milhões de consultas à distância em todo país. Isso demonstra a enorme contribuição da telemedicina, des congestionando as salas de espera de hospitais e pronto-socorros e proporcionando conforto aos usuários através da implementação de protocolos modernos de atendimento à saúde.

Por aqui, temos cada vez mais operadoras de saúde e seguradoras investindo nessa tecnologia. O mesmo acontece em outros segmentos - como hotelaria e educação – onde a telemedicina é utilizada para detecção de sintomas iniciais de casos de Covid-19, contribuindo de forma decisiva para a redução no número de infectados. Na DOC24, por exemplo, antes da pandemia eram realizados cerca de três mil atendimentos por mês. Hoje, são quase 150 mil, um crescimento de 4.900%!

Pela nossa experiência, em mais de 80% dos casos é possível fazer o primeiro atendimento e encaminhar o paciente para realizar exames, por exemplo, sem a necessidade de uma consulta presencial imediata. Esse

“ Temos cada vez mais operadoras de saúde e seguradoras investindo nessa tecnologia ”

índice confirma a importância da telemedicina não apenas para atender casos em cidades pequenas e povoados afastados, onde muitas vezes não existe um médico próximo; mas também nos grandes centros, onde a dificuldade de se locomover de um lugar para outro e a aglomeração do transporte público geram outros problemas. Então, acredito que essa inovação é algo que veio para ficar.

Recentemente, promovemos uma ação social no Jardim Peri Alto, um dos bairros mais pobres da cidade de São Paulo. Em parceria com a Bola de Neve Church, instituição religiosa criada no Brasil e muito atuante naquela comunidade, passamos a oferecer serviços gratuitos de teleconsulta durante esse momento de pandemia, tanto para ajudar no combate

à Covid-19, quanto na prevenção e tratamento precoce de outras doenças.

Nós disponibilizamos os serviços e a igreja ofereceu a internet e as suas instalações para atender parte dos 130 mil moradores do bairro, que fica no extremo norte da capital paulista. Com pouca infraestrutura para atender essa população, basicamente formada por pessoas de baixa renda ou em situação de vulnerabilidade social, esse tipo de engajamento entre empresa e entidade é fundamental para levar algum conforto às pessoas.

A principal vantagem para os moradores do Jardim Peri Alto está no acesso a consultas online. Além de evitar a aglomeração de pessoas na Unidade Básica de Saúde (UBS) ou no serviço de Assistência Médica Ambulatorial (AMA) do bairro, a vídeoconsulta agiliza o atendimento de forma segura e rápida, além de impedir a exposição desnecessária à contaminação em um ambiente hospitalar.

Com base em tudo isso, acredito que a demanda pela telemedicina ainda vai crescer muito, mas certamente é um serviço que veio para ficar. É inegável sua contribuição no combate à pandemia, permitindo que o atendimento médico possa ser feito com toda segurança à quem precisa, sem a necessidade de deslocamentos e contribuindo para que mais pessoas tenham acesso aos médicos, estejam eles onde for.

**Fernando Ferrari é diretor da
DOC24 no Brasil**



Edital selecionará 15 projetos para o 2º Sandbox Regulatório

Novo edital permitirá que até 15 empresas possam atuar, por até 36 meses, com regras diferenciadas e mais flexíveis

A Superintendência de Seguros Privados (Susep) publicou hoje (28) a Consulta Pública para o novo edital do seu Sandbox, projeto de inovação para o setor de seguros do País. A primeira edição, no ano passado, selecionou 11 projetos voltados para a inovação de produtos e servi-

ços no mercado de seguros. Parte dos projetos selecionados já virou realidade com a criação de seguradoras digitais em operação. Desta vez, poderão ser selecionados até 15 projetos.

Além de capital mínimo requerido ajustado e proporcional ao Sandbox regulatório e à temporariedade da autorização, o projeto estabelece, ainda, outras facilidades, como a atuação em uma nova plataforma de comunicação tecnológica com a Susep e a redução do número de auditorias exigidas e do custo regulatório de forma geral.

Após a aprovação, a Susep concederá uma autorização para que essas empresas possam operar no setor de seguros com regras diferenciadas por 36 meses. O foco do Sandbox Regulatório está em produtos massificados de curto prazo e, com isso, estão excluídos os segmentos de

serviços no mercado de seguros. Parte dos projetos selecionados já virou realidade com a criação de seguradoras digitais em operação. Desta vez, poderão ser selecionados até 15 projetos.

A superintendente da Susep, Solange Vieira vê os avanços que o projeto propicia como uma oportunidade estratégica para a inovação no setor: "O Sandbox é um importante passo para o setor e já podemos ver resultados com as empresas que estão operando. Nossa intenção com essa nova etapa é avançar no apoio ao desenvolvimento e inovações no mercado, permitindo novos entrantes e trazendo mais tecnologias, mais

investimentos e mais acesso do seguro para a população", afirma.

Entre as atividades que o Sandbox trouxe para o mercado de seguros brasileiros, está a oferta de coberturas contra furto simples de celular. Ainda no segmento mobile, outra novidade é a utilização de inteligência artificial na análise de processos de ativação do seguro pelo cliente, com pagamentos de indenizações em segundos.

"Acreditamos que teremos mais soluções inovadoras e focadas em novas demandas dos mercados de seguros com esse novo edital", comenta Eduardo Fraga, diretor da Susep.



ClésioGalvão

Advocacia

30 anos de **expertise**
na investigação de fraudes
aplicada na defesa jurídica **das**
seguradoras

(31) 3245-6545

contato@clesciogalvao.adv.br

www.clesciogalvao.adv.br



MAPFRE

Para gerar oportunidades, trazer o que há de mais atual em tecnologia e elevar ainda mais a MAPFRE Assistência no Brasil ao patamar de presença e rentabilidade, a MAPFRE anuncia **Lucia Martinez Ribeiro** como a nova Head de Desenvolvimento de Negócios da MAPFRE Assistência. A executiva retorna ao País para agregar toda a sua experiência após cerca de 25 anos de atuação internacional na companhia.



Lucía Martinez Ribeiro



MDS Brasil

A MDS Brasil anuncia **Danilo Rosa** como novo Diretor de Agronegócios. O executivo assume com a missão de desenvolver essa importante área de negócios, que tem se destacado no cenário econômico do Brasil. À frente da nova diretoria, o profissional atuará na gestão da estratégia da área em conjunto com as estruturas Comercial e Técnica, com foco nos pilares de distribuição de seguros para o mercado Agro.



Danilo Rosa



Via Direta Corretora de Seguros

Com 19 anos de atuação no mercado quem se junta a equipe é o Head de Conversão e Fidelização de Seguro Auto, **Vitor Missaglia**. Com passagens pela Minuto Seguros e pelo Portal Compara, é especialista em vendas digitais B2C e atua com conversão e fidelização dos clientes. Vitor vai liderar uma equipe com mais de 15 consultores.



Vitor Missaglia



Prudential do Brasil

A Prudential do Brasil criou a área de Desenvolvimento de Franquias e, para liderar esse desafio, à frente da nova área estará **Luiz Henrique Cruz**, como diretor de desenvolvimento de franquia, na estrutura da vice-presidência de franquias. O profissional tem uma trajetória de nove anos na companhia com importantes contribuições nas áreas de Treinamento, Marketing Promocional, Integração e, ultimamente, era o responsável pela área de Consultoria de Negócios.



Luiz Henrique Cardoso Cruz



Esze Seguros

Com o objetivo de ampliar sua participação nos canais de distribuição ligados a bancos e aos balcões bancários, a EZZE Seguros cria a área de bancassurance e A&H. Para gerir o projeto, **Juliana Fonseca**, profissional com mais de 20 anos de experiência nesse mercado, é a nova sócia da empresa e chega para ocupar a cadeira de VP do departamento. Com a missão de estruturar e desenvolver a área na seguradora, a executiva traz sua expertise conquistada pela passagem por grandes players do mercado.



Juliana Fonseca



Sabemi

A Sabemi, uma das principais seguradoras do Brasil, potencializa sua estratégia de negócios com a entrada de novos integrantes no time de seguros. Em maio, a companhia anunciou **Janaina Serra** como nova executiva de contas da equipe. Com mais de 20 anos de experiência no mercado de Seguros, Previdência e Capitalização, a profissional possui amplo conhecimento sobre o segmento.



Janaina Serra



Pottencial Seguradora

Dando sustentação ao seu plano de crescimento, a Pottencial Seguradora anuncia a chegada de mais um importante e estratégico reforço para o time: **André Guidetti**. Para o Head, que também apoiará a Companhia na abertura de novos produtos, chegar à seguradora em um momento de expansão torna o desafio ainda mais motivador. “Com visão inovadora e investimentos constantes em tecnologia, a Pottencial conseguiu se destacar em um cenário competitivo e dominado por grandes players”, celebra Guidetti.



André Guidetti



AGCS

Desde o dia 17 de maio, **Maria Grace** foi nomeada Diretora Global de Property na Allianz Global Corporate & Specialty (AGCS), reportando-se diretamente ao Diretor Global de Subscrição Corporativa, Tony Buckle. Grace sucede Thierry Portevin, que lidera a equipe de consultoria de risco global da AGCS desde março de 2021.



Maria Grace



Caixa Seguridade faz o melhor 1º trimestre da sua história e assina com Alper, MDS e Willis

Holding de seguros do banco público fechou os primeiros três meses com lucro de R\$ 431,7 milhões

Poucos dias depois de entrar na bolsa, a Caixa Seguridade divulgou o resultado do primeiro trimestre de 2021. A empresa reportou um lucro líquido recorrente de R\$ 431,7 milhões. Este foi o melhor resultado já registrado pela companhia para os três primeiros meses do ano. O lucro é 4,3% maior se comparado com o mesmo período do ano passado. Em contrapartida, ficou 4,8% abaixo dos R\$ 453,4 milhões do quarto trimestre de 2020.

De quebra, no dia 12 de maio, a empresa anunciou parceria de 10 anos com gigantes corretoras: Alper, MDS e Willis. As empresas atuarão linhas de negócios já definidas. A MDS Corretora e Administradora de Seguros, por exemplo, vai focar nas áreas de produtos de seguridade e automóvel. Enquanto isso, a Alper Consultoria e Corretora de Seguros assume as

áreas de saúde e odonto. Já a Willis Affinity Corretoras de Seguros foi escolhida para grandes riscos e corporate.

Como já estava previsto, a Wiz perdeu a exclusividade do balcão da Caixa Seguridade no início deste ano. Entretanto, a empresa continua recebendo comissões por co-corretagem em apólices de grandes riscos, saúde e automóvel fechadas antes de 15 de fevereiro. De acordo com a companhia, os serviços perdidos representam 44,5% da sua receita bruta no acumulado de nove meses até

setembro de 2020.

Após perder a exclusividade, a Wiz anunciou uma série de parcerias. No fim de abril, por exemplo, o Banco de Brasília (BRB) fechou uma parceria com a corretora para oferta de seguros.

“A estratégia de usar a experiência bem-sucedida de bancassurance para diversificar as linhas de receita da Companhia continua”, afirma Heverton Peixoto, CEO da Wiz Soluções. “As parcerias recém-anunciadas estão em estágios variados de maturidade”.



Controle sua corretora quando e onde quiser!

Será que você está pronto para **administrar sua corretora** e ao mesmo tempo **se dedicar aos clientes**?

O Ping Seguro surgiu para atender corretores de seguros que ainda não possuem sistema de gestão ou que não sentem total satisfação com o CRM que utilizam atualmente. Com um preço acessível, layout simples e fácil utilização, administrar todos os ramos de seguros em um só CRM com mais eficiência e agilidade na sua rotina nunca foi tão fácil!



Acesse o QR Code abaixo e
faça um teste grátis por 30 dias!
www.pingseguro.com.br

ping ^{SEGURO}

A AllCare tem um compromisso infinito com a vida!

A AllCare é uma das maiores administradoras do país e vem se consolidando cada vez mais no mercado de saúde do Brasil por oferecer inovação e qualidade nos seus serviços para atender seus clientes e parceiros, reafirmando seu compromisso infinito com a vida.



+210 mil
BENEFICIÁRIOS



+500
COLABORADORES



+25
OPERADORAS
PARCEIRAS

Acesse:

allcare.com.br

e conheça mais sobre a AllCare



AllCare®
benefícios



Nos acompanhe nas redes sociais

 [@allcare_beneficios](https://www.instagram.com/allcare_beneficios)

 [AllCare Benefícios](https://www.youtube.com/AllCareBeneficios)

 [Administradora AllCare](https://www.facebook.com/AdministradoraAllCare)

 [AllCare Administradora de Benefícios](https://www.linkedin.com/company/allcare-administradora-de-beneficios)

ANS - nº41728-9