



SEGURO

NOVA DIGITAL


21ª EDIÇÃO - FEV/2022



NA MOSCA


VALORIZAÇÃO DO SETOR
DESAFIA EMPRESAS A
CONSTRUIREM SOLUÇÕES
MAIS ADEQUADAS PARA
OS CLIENTES

VEJA TAMBÉM



ELE ERROU O ALVO SEIS VEZES
ATÉ FUNDAR A JR DIESEL, UMA
DAS MAIORES EMPRESAS DE
RECICLAGEM DE CAMINHÃO DA
AMÉRICA LATINA

P. 10



MIRANDO NA EXPANSÃO NO
SETOR AGRO. JULIANA TIEDE
CONTA COMO A JDT SEGUROS
PROTEGE INTEGRALMENTE O
PRODUTOR E A SUA FAMÍLIA

P. 16

Responsabilidade com as vidas dos seus colaboradores, compromisso com você

A Seguros SURA oferece soluções de Vida em Grupo e Acidentes Pessoais Coletivo para pequenas e médias empresas, de 1 a 500 funcionários, e capital individual de até R\$ 1.000.000,00.

Uma solução constantemente atualizada para atender da melhor forma o mercado:

FÁCIL contratação e GRANDES diferenciais

Para corretores

- Cotador 100% online, rápido, intuitivo e sob medida, conforme necessidade da empresa
- Faturamento automático e ferramenta de movimentação que facilita os processos
- Comissionamento pago em 48 horas após a quitação de cada parcela

Para clientes

- Cotação a partir de uma vida para todos os tipos de empresas
- Várias modalidades de contratação: capital uniforme, capital global, capital múltiplo salarial e capital informado
- Assistências complementares, como: funeral familiar ou individual, vítima de crime e kit de natalidade
- Revitalização das coberturas e assistências do AP; (Help Desk, Assist. Empresarial e Help Desk); **NOVIDADE**
- Desenvolvimento do APP simplificado por viagem **NOVIDADE**



Saiba mais e inclua esta solução nas suas prospecções



SERGIO VITOR GUERRA



Jornalista
svitor@seguronovadigital.com.br
MTB 89.595

**FERNANDA DE O.
E OLIVEIRA**



Relações Públicas
foliveira@seguronovadigital.com.br

EMIR ZANATTO



Colunista
zanatto@textecnologia.com.br

SIDNEY DIAS



Articulista

Agência Fábrica de Palavras
Conectando empresas e pessoas

afp+
comunicação
integrada

CNPJ: 35.032.476/0001-99

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

Email: contato@seguronovadigital.com.br

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

OTIMISMO E MUITO TRABALHO

O setor de seguros respondeu rapidamente aos impactos causados pela pandemia. A última edição da Síntese Mensal da Susep, divulgada no dia 9 de fevereiro, destacou o rendimento do mercado em 2021. A arrecadação ultrapassou o patamar de R\$ 300 bi, o que representa, em termos percentuais, um crescimento de 11,8%, em comparação ao ano anterior. O destaque, mais uma vez, foi o seguro de vida, com crescimento de 17,4%.

Esses resultados traduzem o aumento da percepção do brasileiro pela importância desse tipo de investimento. A tendência, após muitas pessoas terem o contato pela primeira vez com um seguro, é que o setor se popularize mais neste ano.

A Seguro Nova Digital buscou entender qual é a expectativa para 2022 de importantes executivos do mercado. Grande parte entende que a tendência entre as seguradoras será criar proteções mais atraentes, flexíveis e de fácil contratação. Porém, é unanimidade entre os entrevistados que o corretor está se tornando ainda mais importante nessa aproximação entre o setor e a sociedade.

A 21ª edição também traz uma entrevista exclusiva com Geraldo Rufino, fundador da JR Diesel, uma das maiores empresas de reciclagem de caminhões da América Latina. O empresário, que já quebrou seis vezes, dá dicas de empreendedorismo e de como encarar os desafios de manter uma empresa.

Esta edição ainda explica um caso de sucesso. Com apenas dois anos, a corretora de resseguros Latin RE já figura entre as cinco principais empresas do seu segmento. A CEO, Eduarda Bomfim, e o fundador Felipe Aragão, contam o segredo desse importante negócio que já projeta expansão internacional.

A primeira edição do ano está repleta de reportagens exclusivas.

Não deixe de acompanhar!

10

ENTREVISTA

GERALDO RUFINO,
EMPREENDEDOR,
PALESTRANTE E
ESCRITOR

20

CAPA

A EXPECTATIVA DOS
EXECUTIVOS DIANTE DO
NOVO MOMENTO DO
MERCADO

28

MOVIMENTAÇÕES

O VAI E VEM DOS
PROFISSIONAIS DO
MERCADO

16

AGRONEGÓCIO

JDT SEGUROS EXPANDE
ATUAÇÃO PARA OFERECER
MELHOR ASSISTÊNCIA AO
PRODUTOR RURAL

26

RESSEGUROS

O CASO DE UMA
CORRETORA QUE
ESTÁ ENTRE AS CINCO
MAIORES DO BRASIL
EM DOIS ANOS DE
ATUAÇÃO

32

SEGURO DE VIDA

BANCOS COMEÇAM A
VENDER SEGURO DE
VIDA PELO SEU
APLICATIVO



A nova insurtech de seguros corporativos

- ✔ Cotação e emissão online do seguro garantia
- ✔ Plataforma integrada às maiores seguradoras do país
- ✔ Gestão de apólices emitidas
- ✔ Crescimento de 600% em 1 ano

TEEx investe em gestão humanizada e desenvolve uma série de ações para seus colaboradores



Emir Zanatto, CEO da TEEx

A TEEx investe continuamente no capital humano, por meio do desenvolvimento e ações que contribuem para motivação e felicidade de seus colaboradores. São programas de incentivo, ações internas que promovem a diversidade e inclusão, além de parcerias em educação financeira, cursos e aprimoramento profissional.

“São muitos fatores que podem afetar a entrega de uma empresa, mas o principal deles é como as pessoas se sentem no dia a dia, no ambiente de trabalho. Profissionais motivados tendem a ter maior desempenho e produtividade. Isso contribui consideravelmente para tornar a empresa mais competitiva no mercado, oferecendo produtos cada vez melhores para nossos parceiros, que se desdobram em corretores de seguros, empresas de tecnologia, outras insurtechs e Seguradoras”, explica Emir Zanatto, CEO da TEEx

Conhecer Seguros lança curso sobre Riscos, Direito e Seguros Cibernéticos

O Brasil é o quinto país do mundo em número de ataques de hackers contra empresas, segundo estudo da consultoria alemã Roland Berger. Consequentemente, o risco impulsiona a contratação de seguros cibernéticos.

A Conhecer Seguros lança o curso técnico “Riscos, Direito e Seguros Cibernéticos”. As aulas iniciam no dia 16 de fevereiro, no formato online ao vivo, das 19h às 21h.

O treinamento conta com três módulos, que abordam temas como: aspectos fundamentais do Direito Cibernético, gerenciamento dos riscos informáticos, segurança da informação e cybercrime, além

de coberturas securitárias comercializadas no Brasil e no exterior.

As aulas serão ministradas pelo especialista em segurança cibernética, Denny Roger; pelo executivo de seguros de Linhas Financeiras, D&O, RC e Cyber Edge, Flávio Sá; e pelos advogados especializados em Inteligência Artificial, Proteção de Dados e Legislação Cibernética, Ingrid França Moraes Soares e Vítor Boaventura.



Seguros SURA anuncia parceria inédita com a Raster para proteção dos motoristas e passageiros



Em uma parceria inédita com a Raster, empresa especialista em Gerenciamento de Risco e Logística, a Seguros SURA desenvolveu uma solução completa que protege a vida do motorista e de seu ajudante presente no veículo durante o transporte até a entrega da carga.

De acordo com Amilcar Spencer, Diretor de Transportes da SURA, “pensamos além do Gerenciamento de Risco de Transportes, olhamos também para a vida do motorista e de sua família, que presta serviço as transportadoras, oferecendo dessa forma tranquilidade e segurança no dia a dia de quem está na estrada, e bons negócios para a empresa e corretores parceiros”, diz.

Com o Seguro de Acidentes Pessoais Passageiros (A.P.P. MOTORISTA) contratado através do corretor, a Raster garante aos segurados uma viagem segura, além da proteção à sua vida financeira e de sua família

Icatu foca em mercado imobiliário com atualização do Icatu Garantia de Aluguel

A Icatu apresenta uma nova atualização em seu produto Icatu Garantia de Aluguel, um título de capitalização que substitui o fiador ou seguro-caução nos contratos imobiliários de locação de imóveis, que agora conta com possibilidade de contratação facilitada em até 12 parcelas divididas no cartão de crédito.

“A adoção de títulos de capitalização como garantia locatícia é uma tendência que se consolida cada vez mais no mercado imobiliário brasileiro porque é uma operação segura, ágil e muito prática, tanto para as imobiliárias, quanto para os donos de imóveis e os locadores. Além de devolver ao cliente o valor integral do título no final do prazo. Só no ano passado, tivemos um crescimento de 13% em volume de negócios desse tipo de produto em relação a 2020. E agora, com a opção de pagamento parcelado no cartão de crédito, ela se torna uma solução ainda mais acessível”, afirma o diretor de Capitalização da Icatu, Marcelo Oliveira.



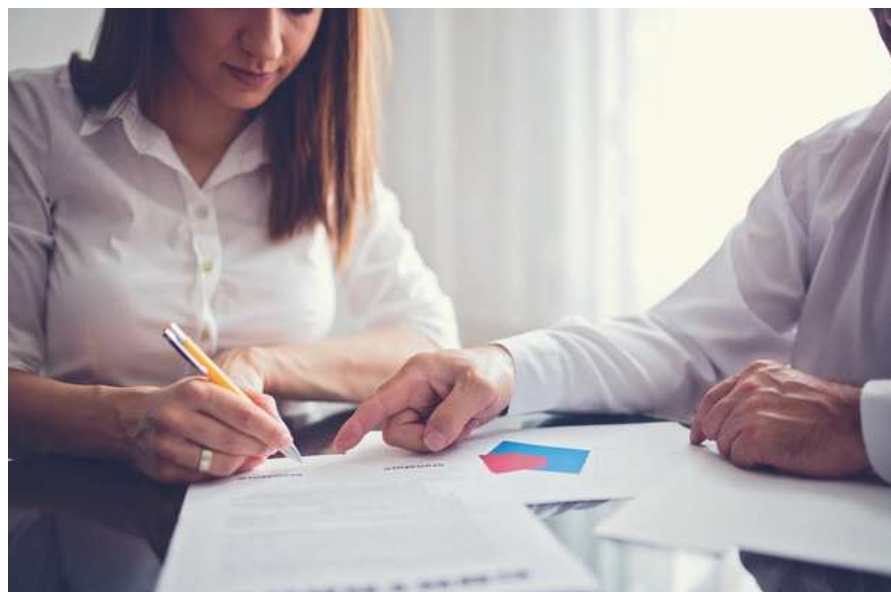
Marcelo Oliveira, diretor de Capitalização da Icatu

Auto Compara entra no segmento de serviços automotivos e mira consumidor fora do mercado de seguros



O Auto Compara firmou parceria com a Europ Assistance Brasil para democratizar o acesso a serviços automotivos. A estratégia das duas empresas é atender a motoristas com um pacote de comodidades que, tradicionalmente, ficam restritas a quem possui cobertura das seguradoras. Outro público-alvo são proprietários de veículos com mais de dez anos de uso, devido às limitações para a contratação de seguro.

Segundo Newton Queiroz, CEO da Europ Assistance, a oferta das soluções de assistência por meio do Auto Compara vai fazer com que a multinacional alcance um número cada vez maior de possíveis clientes no Brasil. “Esse movimento estratégico reforça o nosso plano de ampliação dos negócios, pensando sempre na facilidade e na praticidade para o consumidor”, avalia.



FINN traz diferencial ao mercado de seguros corporativos

A insurtech FINN chega ao mercado de seguros corporativos com um novo modelo de cotação e gestão de apólices, proporcionando uma nova maneira das empresas se relacionarem com seus seguros, por meio de soluções inovadoras aos seus clientes.

A corretora oferece soluções em tecnologia para seguros corporativos, fornecendo desde a gestão e contratação online, até ferramentas de gerenciamento de substituições de depósitos judiciais por seguros e gestão de sinistros, tudo por meio de um modelo digital. A plataforma é integrada às principais seguradoras do Brasil, como Tokio Marine, Junto e Pottencial, que fazem parte do time de parceiros da FINN e oferecem diversas modalidades de seguros.

Comece 2022 automatizando sua corretora de seguros!

A tecnologia é a chave para aumentar suas vendas!

O Ping Seguro é a ferramenta número 1 para gerenciar **todos** os seus ramos de seguro, **economizar** seu tempo e te aproximar de **seus clientes**.

Com um preço acessível, layout simples e fácil utilização, ter um CRM eficiente e ágil nunca foi tão fácil!

Faça um teste grátis por 30 dias e **conheça** as vantagens!



FAÇA O TESTE GRÁTIS!



[f](#) [in](#) [@](#) /pingseguro

[@ pingseguro@gtisolution.com.br](mailto:pingseguro@gtisolution.com.br)

www.pingseguro.com.br

ping ^{SEGURO}

EMPREENDEDORISMO É COMPORTAMENTO

Ele nunca desistiu de um negócio de sucesso. Encarou os momentos conturbados com um simpático sorriso e olhando sempre para o retrovisor. A ideia era entender onde tinha errado e recomeçar mais experiente. Isso aconteceu seis vezes. Dos seus erros como empreendedor, Geraldo Rufino conseguiu extrair valiosas lições. Esses aprendizados foram responsáveis pela criação da JR Diesel, hoje a maior empresa de reciclagem de caminhões do Brasil.

Em entrevista exclusiva à Seguro Nova Digital, o empresário reconhece que quebrou seis vezes por erro próprio, mas também lembra que nunca deixou seus valores, sua credibilidade e a sua ética quebrarem.



Geraldo Rufino,
empreendedor,
palestrante e escritor

Seguro Nova Digital - De acordo com os dados do IBGE de 2021, 48% das empresas brasileiras fecham em até três anos. O Sr. já quebrou seis vezes, mas hoje é dono da maior empresa de reciclagem de caminhões do Brasil. O que diria para um empreendedor que acabou de fechar sua empresa?

Geraldo Rufino - É necessário anticorpos para tudo na vida. Se você nunca fechou uma empresa, o risco de quebrar a primeira vez é maior. Eu, por exemplo, quebrei seis vezes, mas nunca deixei que meus valores, minha credibilidade e a minha ética se quebrassem. Além disso, sempre assumi a responsabilidade dos problemas que ocasionaram o fechamento do meu negócio e busquei entender onde errei. Recomeçar com esse pensamento nos deixa mais fortes e resilientes, pois os buracos e os caminhos já são conhecidos. Logo, teremos mais facilidade de refazer o trajeto e chegar a um degrau acima. Isso serve para qualquer um.

S.N.D - Por que desistir depois de ir à falência não deve ser uma opção?

G.R - Quando o empreendedor quebra é justamente o momento que ele tem a estrutura e a informação para recomeçar. É hora não só de voltar aos trabalhos, mas também de usar o retrovisor e enxergar seus próprios exemplos para corrigir os erros.

É possível quebrar, recomeçar e chegar ao ponto de estar com a sensação de segurança de que não há mais como retroceder. Isso só é possível pela vivência. Se na sua empresa só falta dinheiro, isso é ótimo. O importante é não perder os valores, pois com eles você está um passo à frente.

S.N.D - Em suas palestras e entrevistas é muito comum ouvir dizer sobre energia, fé e pensamento positivo. No seu ponto de vista, esses itens são tão importantes quanto determinação, resiliência e esforço?

G.R - Essas coisas caminham juntas: fé, gratidão e energia. Todos esses sentimentos têm a ver com resiliência, determinação e iniciativa. Somos seres emocionais e, por isso, uma coisa está ligada a outra. Costumo usar um modelo simples chamado 'carinho e disciplina'. Com carinho você busca todas as suas emoções positivas e a força do querer impõe disciplina na sua vida. Esses sentimentos se completam. O ser humano precisa de todos eles, até mesmo a sensação de medo, que deve ser só uma válvula de proteção para seguir com segurança.

S.N.D - Muitos profissionais assalariados desejam abrir um negócio, mas têm medo de deixar seu emprego. Uma das principais desculpas é a dificuldade de encontrar um trabalho no Brasil. Tendo em vista esse cenário, o Sr. acredita que existe momento certo e errado de empreender?

G.R - Não. O momento é o tempo todo. No Brasil, as pessoas acham que o empreendedorismo é uma alternativa para quem está desempregado. Empreender começa na atitude, na iniciativa e quando você assume as responsabilidades, mesmo trabalhando numa empresa que não é sua. O trabalhador pode transformar sua oportunidade de emprego em iniciativa empreendedora, com comportamento e atitude de dono.

S.N.D - De que maneira isso pode ser feito?

G.R - Ser a primeira pessoa a chegar e não se preocupar em ir embora são bons exemplos. Isso é atitude de um profissional que tem propósito e deseja usar aquela oportunidade para crescer. Esse espírito, mesmo em um lugar no qual não te pertence, te capacita a empreender. Desse modo, se um dia a pessoa sentir o desejo de abrir seu negócio, ela estará tão habilitada quanto qualquer outro empreendedor que já tem 20 anos de empresa.

S.N.D - Como o Sr. analisa a cultura de empreendedorismo do brasileiro? Em muitos casos, o profissional cria sua empresa por necessidade, quando fica desempregado, por exemplo. Enquanto isso, países desenvolvidos como EUA e Canadá apresentam alto índice de cultura empreendedora.

G.R - Empreendedorismo é comportamento. Muitas pessoas abrem um negócio por necessidade, quando há uma emergência. Isso ocorre, principalmente, quando estão desempregadas. As empresas que são criadas a partir disso, costumam não ter planejamento. Quando as pessoas mudarem essa mentalidade, vão estar preparadas emocionalmente para empreender. O melhor tempo para começar é exatamente quando você não tem um CNPJ e, portanto, não tem passivo. É a partir disso que você começa a construir o seu ativo mental.

S.N.D - O Sr. já participou de algumas palestras dentro do mercado de seguros e serve de exemplo para muito corretor que está abrindo seu negócio. Como espectador, de que forma enxerga a importância desse mercado para as famílias brasileiras?

G.R - Hoje em dia, em toda negociação, se faz necessária a presença de um intermediário. O corretor é extremamente importante em qualquer processo. Ele cria um clima capaz de deixar os dois lados confortáveis. Qualquer negócio será bem sucedido se houver a presença de um especialista para te orientar. A vida toda eu recorri aos corretores. Eles dão todas as dicas possíveis para cuidar de mim, da minha família e da minha empresa.



Armando Vergilio, presidente da Fenacor

EVENTO PRESENCIAL, MAS COM RESTRIÇÕES

22º Congresso Brasileiro dos Corretores continua no formato presencial; todos os protocolos sanitários vão ser respeitados, garante Armando Vergilio, presidente da Fenacor

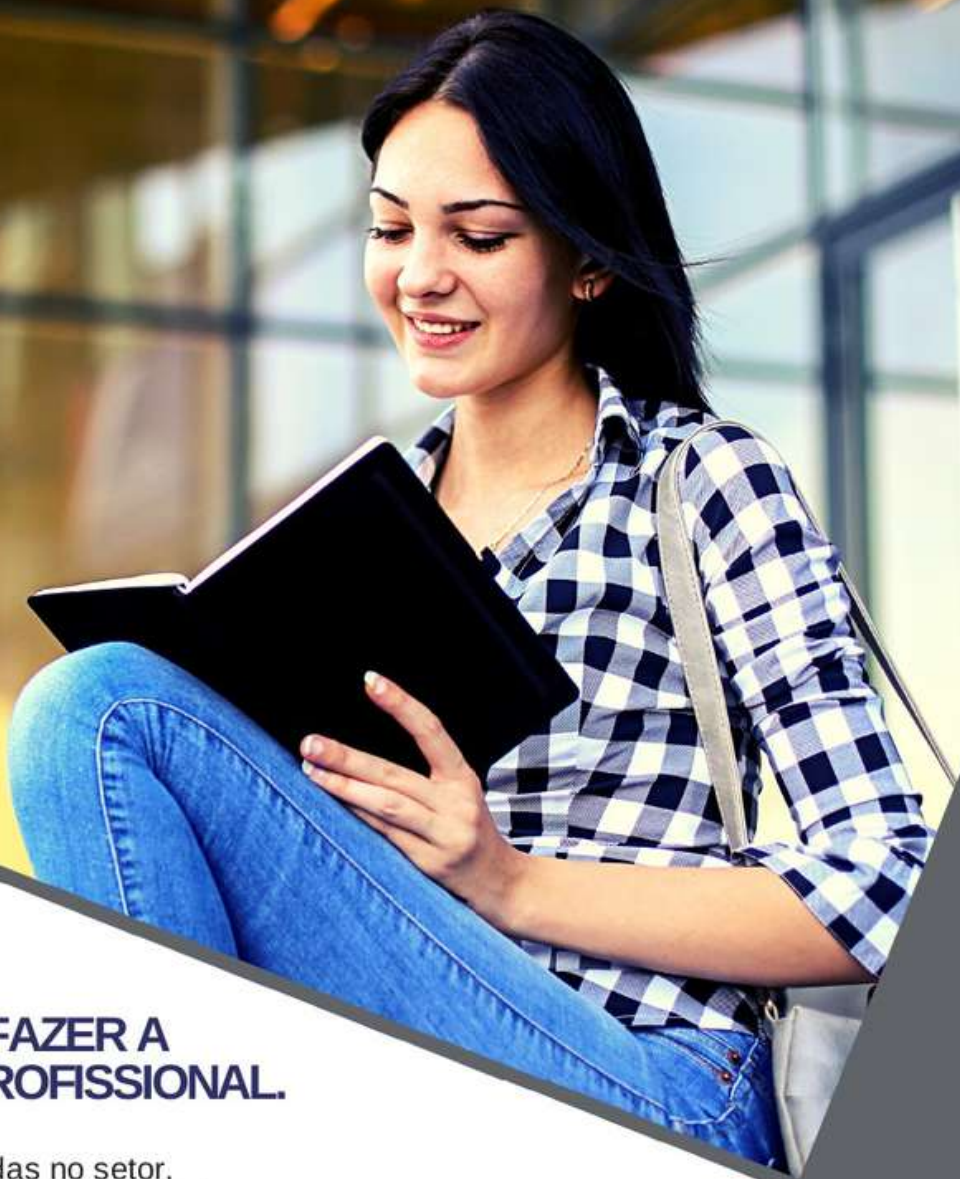
O avanço da variante Ômicron no país barrou uma série de eventos presenciais no mercado de seguros. Já o 22º Congresso Brasileiro dos Corretores está mantido, mas, agora, de maneira híbrida. Em coletiva de imprensa online, realizada no dia 27 de janeiro, o presidente da Fenacor, Armando Vergilio, confirmou a realização do evento, que acontece entre os dias 3 e 5 de março.

Vergilio ressaltou que todas as normas sanitárias serão respeitadas. Por isso, os participantes devem apresentar o comprovante de vacinação com, no mínimo, a segunda dose, além da testagem de até 72h antes do evento. "Para proteger a saúde e o bem estar dos congressistas, não vamos passar de 40%

de lotação do local, que é de cinco mil pessoas. Hoje, já temos mais de 1,8 mil inscritos, sem contar o pessoal que estará na 21ª Exposeg". Sendo assim, as inscrições para o evento foram encerradas no dia 30 de janeiro, totalizando as duas mil inscrições previstas.

"Caso o panorama mude (da pandemia), a gente pode repensar o limite para inscrições mais à frente e tentar contemplar essas pré-inscrições da lista de espera. Mas, se isso não for possível, vamos abrir para participação por meio remoto", explicou o presidente da Fenacor.

A liderança da Federação se esforça para a realização do 22º Congresso em formato híbrido, ou seja, presencial e online. Em ano de eleição do quadro diretivo da entidade, dificilmente um evento dessa magnitude deixaria de acontecer, mesmo em condições consideradas adversas.



CHEGOU A HORA DE FAZER A SUA ATUALIZAÇÃO PROFISSIONAL.

Com tantas mudanças introduzidas no setor, os produtos de seguros podem ter nomes iguais ou muito semelhantes, e serem totalmente diferentes nas proteções que oferecem aos clientes.

Somente o conhecimento profundo dos tipos de cobertura e dos seus clausulados é que pode contribuir para a contratação das soluções mais adequadas às necessidades dos clientes.



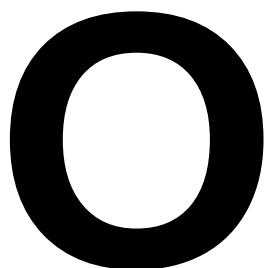
O APERFEIÇOAMENTO PERMANENTE É FUNDAMENTAL

Conte com nossos cursos e treinamentos para continuar avançando na sua carreira.

www.conhecersegueros.com.br

POR QUE FAZER CAMPANHA AJUDA A SUA CORRETORA DE SEGUROS?

GTI SOLUTION



Facebook é a rede social mais popular do planeta. Com mais de 2,85 bilhões de contas ativas, 130 milhões delas são brasileiras. Utilizamos esta mídia para compartilhar opiniões, conversar com amigos, dividir momentos felizes com aqueles que gostamos e mais recentemente, para fins comerciais também.

O corretor de seguros precisa estar onde seu cliente está. Através do Facebook é possível fazer inúmeras prospecções de leads e conquista de clientes, mas para isso é preciso estratégia e planejamento. Confira algumas dicas para utilizar essa rede social a favor da sua corretora.

1 – Tenha uma página comercial e não apenas um perfil pessoal

Para as estratégias que você irá desenhar para a atuação da sua corretora, é necessário muito mais do que as funcionalidades disponíveis para perfis pessoais. É preciso criar uma página comercial para sua corretora, não apenas para separar suas atuações pessoais das suas profissionais, mas também para ter acesso a ferramentas como o impulsionamento de posts e criação de anúncios. Estas serão funções importantíssimas para atingir mais pessoas na rede.

2 – Responda rápido e se torne reconhecido por isso

O Facebook oferece um selo chamado "Responde rapidamente às mensagens" para os corretores que são rápidos no retorno do contato dos clientes através do chat da rede social, respondendo-os em até 15 minutos e com uma taxa de resposta de até 90%.

Ele fica abaixo da foto de capa da página e passa credibilidade e estímulo ao cliente na hora de entrar em contato com você. O selo que confirma que você é ágil em dar retorno a comunicação do cliente faz com que ele tenha a ciência de que vai ter a sua solicitação de conversa concedida e que não será uma tentativa de comunicação em vão.

3 – Utilize o Facebook Ads

Como já dito anteriormente, as páginas comerciais no Facebook têm a funcionalidade de criar anúncios. A ferramenta permite a criação e impulsionamento destes anúncios justamente

para o público que você deseja atingir, ou seja, é possível filtrar para que tipo de pessoa você quer que o Facebook exiba esta divulgação da sua corretora.

Como já dito anteriormente, as páginas comerciais no Facebook têm a funcionalidade de criar anúncios. A ferramenta permite a criação e impulsionamento destes anúncios justamente para o público que você deseja atingir, ou seja, é possível filtrar para que tipo de pessoa você quer que o Facebook exiba esta divulgação da sua corretora.

Com os resultados, fica mais fácil saber qual a faixa etária, região, gênero etc., que está mais disposto a contratar os produtos que você está oferecendo. Mas para isso, é claro, é preciso muita dedicação e persistência.

4 – Busque inspiração e produza conteúdo

As seguradoras estão cada vez mais presentes nas mídias sociais, produzindo conteúdo de qualidade e que atrai o público para conhecer o trabalho delas. Se inspire nas ideias, crie ideias novas e comece a tornar a página da sua corretora uma fonte de informação e entretenimento para aqueles que a seguem.

Publique notícias, dicas de segurança, posts divertidos e que façam as pessoas se identificarem. Muitas vezes, uma publicação que através de uma piada mostre a necessidade do seguro auto na nossa vida, por exemplo, pode abrir a mente do usuário e levá-lo a contratar o produto com você.

O relacionamento com o cliente e dedicação ao marketing digital fica muito mais fácil de ser feito com eficiência quando as atividades da rotina da corretora são automatizadas. Economize tempo no seu negócio, faça um teste grátis no Ping Seguro em <https://pingseguro.com.br/> e conheça o CRM que pode administrar todos os tipos de seguro da sua corretora.



A Revista Seguro Nova Digital completou dois anos. Apesar de distantes durante quase todo esse período, sentimos a afetuosa recepção do mercado com a nossa ideia e com o nosso propósito. Esse oxigênio dado pelo ecossistema de seguros nos inspira a produzir reportagens, nos fortalece para encarar os desafios postos e nos conduz a gigantescos aprendizados.

Desejamos que a alegria tome conta nas suas comemorações deste ano



JDT SEGUROS EXPANDE ATUAÇÃO PARA OFERECER PROTEÇÃO COMPLETA PARA O AGRONEGÓCIO

A expectativa da corretora, que é referência em seguros para máquinas agrícolas, é um crescimento de 30% no faturamento em 2022

A JDT Seguros, corretora referência em seguros para máquinas agrícolas no Brasil, tem muito a comemorar. Em 2021 atendeu mais de 10 mil clientes em todo o país, e para este ano, a expectativa é um crescimento de 30% no faturamento.

Para alcançar esse objetivo, a empresa vem expandindo sua operação para aumentar a receita em seguros para propriedades, negócios, vida pessoal e familiar de seus clientes. A criação das novas soluções foi possível devido à experiência da JDT no agronegócio.

“O seguro está se consolidando como uma importante ferramenta de gestão de riscos e um investimento indispensável, uma vez que minimiza prejuízos, favorece a continuidade

da produção agrícola e preserva a renda do produtor rural. Queremos ampliar o olhar dos produtores para a proteção integrada de seus negócios e vida pessoal”, ressalta Juliana Tiede, CEO da JDT Seguros.

Com 14 anos de atuação, a corretora foi responsável por desenvolver um modelo pioneiro de comercialização de seguros para tratores e máquinas agrícolas em parceria com concessionários associados à Associação Brasileira dos Distribuidores John Deere (Assodeere) e, posteriormente, à Stara.

“

O agronegócio está
em nosso DNA e
temos muito orgulho
disso

”

Para garantir um atendimento de excelência, a corretora conta com equipes especializadas que têm como objetivo formatar as apólices mais adequadas para cada cliente, considerando a subscrição, gestão de riscos e aspectos comerciais. Para isso, a JDT vem desenvolvendo produtos exclusivos junto às principais seguradoras do mercado.

A executiva destaca ainda que a proposta da JDT é estar cada vez mais próxima dos clientes de forma estratégica, oferecendo soluções adequadas para o pequeno, médio e grande produtor rural. “O agronegócio está em nosso DNA e temos muito orgulho disso. A JDT nasceu para atender as necessidades do setor, e avançamos para ser de fato a corretora parceira do agro, garantindo tranquilidade e proteção para os nossos segurados.”, completa Juliana.



Juliana Tiede, CEO da JDT Seguros - Foto: Fabiano Panizzi

INOVE.

TRANSFORME.

INVENTE

O FUTURO.

TELEPORT



TE_x



OS ATRIBUTOS DE UM MERCADO ROBUSTO E VALORIZADO

A adaptação em momentos de incerteza econômica ajudou a popularizar o setor de seguros. Com grande parte da população brasileira vacinada, a expectativa é de que a tão sonhada vida normal volte gradativamente. Com o pensamento otimista, seguradores, corretores e prestadores de serviço se debruçam na estratégia de criar soluções cada vez mais personalizadas e vantajosas para esse novo consumidor.

Sergio Vitor Guerra

O mercado de seguros apresentou resultados animadores em 2021. Segundo dados da Síntese Mensal da Susep, o setor arrecadou R\$ 300 bi, um crescimento percentual de 11,8% em relação ao ano anterior. Os números elucidam a recuperação do mercado menos de um ano após sofrer os impactos negativos ocasionados pela pandemia.

R\$ 300 BI
DE ARRECAÇÃO EM 2021

11,8%
DE CRESCIMENTO

R\$ 38 BI
PRÊMIOS EM SEGURO AUTO

8,8%
DE CRESCIMENTO

R\$ 10 BI
PRÊMIOS SEGURO DE VIDA

20%
A MAIS EM RELAÇÃO À 2020

A crise sanitária provocou perdas imensuráveis na sociedade. A ampla divulgação midiática acerca da gravidade do vírus estimulou a conscientização sobre o autocuidado com a saúde, a importância de se resguardar financeiramente e, entre outras coisas, a do investimento no seguro. Investimento este que contou com o apoio e a participação do corretor como agente de distribuição.

Na análise de Igor Di Beo, Vice-Presidente de Subscrição, Comercial e Marketing da AXA no Brasil, o corretor foi expressamente importante ao ligar o ecossistema de seguros com os potenciais segurados. Além de exercer esse papel, o profissional teve que continuar lidando com o desafio da transformação digital dos negócios, um exercício que está sendo feito exaustivamente. “Cada vez mais, a conjunção entre operação digital e atendimento consultivo é decisiva para o negócio”, observa.

O QUE IGOR ESPERA EM 2022:



- Valorização ainda maior dos seguros Massificados, como Condomínio e Empresarial;
- Revisitar as importâncias seguradas dos contratos dos seguros de property. “É essencial que o capital segurado seja adequado aos custos de um eventual sinistro”;
- Continuar com os bons resultados conquistados na carteira de seguro de transporte em 2021.

De acordo com Igor, a conscientização nos últimos anos é percebida, principalmente, nas linhas de seguros para pessoas físicas, como os produtos de Vida. Isso impacta, segundo ele, nas proteções empresariais. “Esse comportamento do indivíduo impulsiona também o crescimento no seguro empresarial. O seguro de vida passa a ser um desejo e, conseqüentemente, ganha maior relevância dentro do pacote de benefícios”, destaca.

Já Sidney Dias, diretor da Conhecer Seguros, separa sua projeção em dois pontos: financeiro e técnico. Sobre o primeiro, o especialista acredita que este ano tende a ser importante para as companhias. Diante do ponto de vista técnico, “o setor continuará lidando com os desafios trazidos pela pandemia, revendo seus produtos e buscando entender como estão agora os consumidores de seguros”, analisa.

PROJEÇÕES DO SIDNEY:



- A arrecadação do setor seguirá crescendo;
- Volume nominal de prêmios arrecadados, em comparação a 2021, vai crescer entre 6% a 10%;
- As seguradoras vão melhorar seus ganhos financeiros diante da forte elevação das taxas de juros.

Segundo o diretor da Conhecer Seguros, os consumidores estão passando por uma profunda mudança e este momento deve ser percebido pelos executivos das seguradoras. “Quem ignorar essa transformação e continuar insistindo na oferta dos produtos antigos, sem revisões e ajustes, limitando-se a agravar taxas com base no medo experimentado nos dois últimos anos, estará trilhando um caminho de desalinhamento em relação aos clientes atuais”, pondera.

Assim como os executivos de seguradoras, os corretores também precisam se atentar às nuances do novo mercado. Pelo menos é o que acredita Rodrigo Gouveia, fundador da corretora digital FINN Seguros. O executivo acredita que maiores funções foram atribuídas aos consultores nos últimos anos, colocando-os não apenas como intermediadores, mas também levando oportunidades e novos produtos aos clientes.

Para o fundador da FINN, muitos brasileiros deixam de investir na sua proteção porque desconhecem seus benefícios. Nesse cenário, ele afirma que ampliar os canais digitais para o público auxilia no aumento da popularidade do mercado. “A ampliação dos canais faz com que as pessoas e empresas passem a se relacionar mais com os seguros. O acesso à informação é a maior ferramenta para difundir os produtos e aumentar o interesse dos brasileiros”.

É notório o otimismo entre os seguradores e os corretores. Após a desconfiança gerada no início da pandemia, o setor se recuperou rapidamente, na contramão, inclusive, de outros ramos de produção da economia. “A sociedade passou a se preocupar mais com a sua proteção em todos os sentidos”, comenta Newton Queiroz, CEO da Europ Assistance

EXPECTATIVAS DO RODRIGO NOS PRÓXIMOS MESES:



- Valorização do corretor como um assessor financeiro dos brasileiros;
- Resistência cada vez menor a inovações promovidas pelas empresas e pessoas;
- Possibilidade de antecipar as tecnologias, assim como foi feito nos últimos dois anos de pandemia.

NEWTON ESTÁ PREVENDO...

- A democratização do setor de assistências, oferecendo produtos atraentes, tangíveis, de fácil compreensão e uso;
- Uma contribuição maior da Telemetria no ramo Auto;
- A criação de novos produtos e simplificar aqueles já existentes;
- Uma Europ Assistance Brasil cada vez mais em sintonia com o consumidor.



Brasil. A EABR, como a seguradora é conhecida, notou um aumento na demanda das assistências no segmento residencial e nas buscas por serviços remotos relacionados à comodidade e saúde da população.

O CEO da companhia está empenhado em trabalhar para deixar o mercado mais atrativo ao público, independentemente da condição financeira. "Para promover essa democratização dos nossos produtos, temos que criar soluções que ainda não existem no mercado ou simplificar o que já existe, de forma a torná-lo mais acessível. Para exemplificar, vou utilizar como exemplo o plano de saúde. De maneira geral é um produto caro, mas se colocarmos a telemedicina, com desconto em remédios e exames, acredito que mais pessoas poderiam ter acesso", comenta

A caminhada rumo à popularização

Entregar soluções de seguros para cada vez mais pessoas é um debate antigo no Brasil. Fatores como falta de conscientização, baixa renda das famílias e pouca presença de corretores em bairros remotos são elucidados constantemente no setor. Segundo dados da Susep, em aproximadamente 60% dos municípios brasileiros inexistente a presença desse profissional.

Mesmo diante desse cenário, a fundadora e CEO da Rainha Seguros, Regina Lacerda, observa que dia a dia a população está mais próxima do setor, seja por ocasião de alguma tragédia, ou pela necessidade de proteger seu futuro. "Com milhares de pessoas perdendo o emprego ou com a renda mensal

reduzida drasticamente em função da paralisação da atividade econômica, os brasileiros começaram a pensar em sua proteção financeira. Não é raro hoje o cliente solicitar informações sobre outros produtos de seguros, o que anteriormente não acontecia".

Hoje em dia, a executiva vê uma aptidão maior dos corretores em ampliar sua carteira, antes focada em automóvel. Esse interesse, aliado à tendência de desburocratização do arcabouço regulatório, segundo ela, deixará o setor cada vez mais conhecido. "O surgimento do sandbox regulatório, a flexibilização de alguns produtos e a criação de outros já propostos pela Susep darão mais mobilidade a quem quer se proteger".

O segmento Vida foi protagonista nesse movimento ascendente do mercado. Ainda segundo a Susep, no ano passado o ramo teve um crescimento perto de 20%, com mais de R\$ 10 bilhões em prêmios. Para Gabriel Bugallo, Vice-Presidente de Seguros da Seguros SURA, esse resultado expõe o fato de que as pessoas sentiram a necessidade de se proteger e cuidar da sua família. "Isso fez com que o mercado ganhasse novos consumidores. Entendemos que as pessoas valorizam mais o

EM 2022, REGINA LACERDA APOSTA QUE:



- Haverá uma aproximação ainda maior dos brasileiros com o mercado;
- Vai consolidar a estratégia de abrir uma filial da Rainha Seguros fora do Distrito Federal;
- A empresa terá um aumento no diálogo com corretores de outras regiões para venda de produtos que são da sua expertise.

GABRIEL ESTÁ OTIMISTA NOS SEGMENTOS DE:



- Vida (individual e coletivo);
- Automóvel, que ganhou mais valorização na economia;
- Mobilidade, já que é um setor que também se destacou nos últimos anos

seguro no dia de hoje, o que gera um saldo positivo para o mercado de forma geral”, explica.

No último segmento, inclusive, o executivo revela que a seguradora, como especialista em Gestão de Tendências e Riscos, trabalha no aprimoramento das soluções de Mobilidade e de Micro modais. “Continuamos aprofundando a proposta de valor no setor e entendendo o comportamento das pessoas para oferecer novas soluções que atendam às diferentes necessidades de mobilidade, desde os grandes centros até cidades menores”.

Mais valorizada em 2022, a esfera securitária promete significativos avanços, sobretudo no desenvolvimento de proteções adaptadas à necessidade das pessoas. O CEO da Too Seguros, Pedro Bueno da Rocha Lima, observa que

as seguradoras estão aptas para criar produtos cada vez mais coerentes com a realidade dos seus clientes, bem como o desenvolvimento de uma jornada de contratação mais intuitiva. “Com ofertas mais claras, aderentes e diversas, o mercado inteiro ganha: o cliente tem o poder de escolha para contratar o que melhor se encaixa no que ele precisa, e as seguradoras ganham mais relevância na vida dos brasileiros”.

O CEO da Too Seguros ainda enxerga muito espaço para evoluir e gerar valor ao público. Ele acredita que o crescimento da competitividade e das ofertas em diversos canais serão aceleradores fundamentais nessa conscientização. “Temos trabalhado – e não somos os únicos - para aumentar essa geração e percepção de valor, mas isto não acontece do dia para a noite”.

Todos os entrevistados concordaram que o corretor é a peça-chave para manter o ecossistema de seguros em desenvolvimento. Embora os aparatos tecnológicos tenham causado transformações significativas, esse profissional continua tendo cada vez mais importância na sociedade, principalmente quando ele está presente no cotidiano do segurado.

PEDRO DESTACA TRÊS PONTOS IMPORTANTES PARA ESTE ANO:



- Seguradoras criando produtos cada vez mais personalizados;
- Um movimento digital ainda maior que, segundo ele, vai abrir o horizonte do corretor;
- Aumento na capacitação desses profissionais;



Com quantos canais se faz um Cliente satisfeito?

Dias atrás, um Cliente me ligou para falar sobre uma nova ideia que ele tinha para o TELEPORT. Ficamos por volta de 30 minutos ao telefone e, na semana que se seguiu, ele me mandou sites e estudos sobre o assunto no WhatsApp e eu mandei para ele, pelo LinkedIn, o artigo de um Executivo de Seguradora que falava sobre o tema.

Recentemente, ele veio até a TEx para almoçarmos e novamente tratarmos daquele assunto, que agora já virou um projeto.

Veja que em nenhum momento nós restringimos a forma do nosso contato: digital, one-touch, pessoal, ligação ou o que fosse. Porque é - e sempre foi - assim que as pessoas se relacionam no mundo real.

Essa situação me fez refletir sobre o conceito de omnichannel, que surgiu em meados de 2011 nos Estados Unidos. O omnichannel tinha o objetivo de unificar os canais de venda no varejo e rapidamente foi adotado também para venda de serviços, atendimento ao Cliente e relacionamento.

Todos nós somos omnichannel, de acordo com nossa conveniência e o momento. Por isso precisamos oferecer aos nossos Clientes essa possibilidade também.

Hoje na TEx falamos com as pessoas por e-mail, telefone, ticket, Instagram, LinkedIn, chat, Facebook e mais recentemente criamos o Atendimento Ao Vivo.

Com o TELEPORT, as Seguradoras permitiram que o Corretor passe a fazer cálculo, vender e gerir a sua carteira a partir de outro canal que não o da própria Seguradora.

Isso foi e ainda é um baita avanço.

“Mas isso todos já fazem”, você pode estar pensando. Sim, mas entre esses players - Corretora, Seguradora, Insurtech e Prestadores - também já é assim?

Mas as informações não circulam dessa forma, elas se fragmentam.

Pelo conceito, o consumidor poderia alternar entre esses canais de forma absolutamente fluida, como fizemos no exemplo acima. Não seria preciso escolher um canal no início da jornada e ficar preso a ele até o fim, ou pior, ter que repetir sempre o contexto para iniciar em um novo canal.

Existe um universo muito grande de informações que estão guardados dentro das Corretoras, Seguradoras e Prestadores que não é compartilhado, nem mesmo quando estão atendendo ao mesmo Segurado.

Esses fragmentos permitiriam que o Segurado tivesse uma experiência única de integração, confiança e segurança. É disso que se trata o seguro.

Insurtechs e Seguradoras hoje já nascem com o conceito de “API First”, que significa que priorizam a arquitetura que permite criar seus produtos e serviços pensando nessa integração entre os múltiplos canais. E mesmo as tradicionais estão avançando muito com o mesmo objetivo.

O que nos permitirá avançar ainda mais rápido e expandir o Mercado não está lá fora. Está dentro das nossas empresas, aguardando ser compartilhado.



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



CCO, Felipe Aragão, e CEO, Maria Eduarda Bomfim

A EXPANSÃO METEÓRICA DE UM MARKET PLACE DE RESSEGUROS

Corretora Latin RE se consolida no mercado de resseguros pela junção de executivos de ‘bagagem’ com os requintes de uma empresa jovem e inovadora

Sergio Vitor Guerra

As mudanças no mercado de seguros e de resseguros estão cada vez mais rápidas. Grandes responsáveis por este momento, as novas empresas chegam com o apetite de criar soluções adequadas aos clientes, mas sempre respeitando a tradição de quem ajudou a construir o setor até aqui.

É o caso da Latin RE, uma corretora de resseguros com dois anos de mercado e que hoje faz frente aos seus grandes concorrentes. Em 2019, o fundador Felipe Aragão projetou montar um quadro executivo composto por experientes profissionais. A união da experiência com a vontade de inovar colocaram a companhia entre as cinco maiores corretoras de resseguros do país.

“Essa posição é fruto da confiança dos clientes no nosso propósito. Hoje, trabalhamos para melhorar ainda mais o nível de serviço e, por isso, continuamos crescendo acima da nossa expectativa”, explica Aragão. Além da entrega de bons resultados aos clientes, o fundador lembra que a qualidade da equipe é uma das grandes razões do sucesso. “A nossa matéria prima são as pessoas. Para termos o melhor serviço temos que ter as melhores pessoas”.

Utilizando essa política de contratação, a corretora nomeou Maria Eduarda Bomfim como CEO das operações. A executiva, que tem

vasta experiência no mercado, revela que o apetite da companhia em construir soluções, a paixão pela entrega, a vontade de inovar e a resiliência culminaram na sua decisão de aceitar o desafio. “Tudo isso é somado ao nosso grupo de sócios. Nos conhecemos há muitos anos, trabalhamos juntos em outras empresas, sempre tivemos muita afinidade, capacidades multidisciplinares. Cada um ao seu modo agrega muito na construção do crescimento da Latin RE”.

Em concordância com Aragão, a CEO salienta que o time de profissionais reconhecidos pelo setor aliado à paixão pela entrega de resultados possibilitaram o crescimento expressivo da corretora em dois anos. “A Latin RE vem se consolidando como um player de protagonismo na entrega de soluções de resseguros. Nos referimos à operação como um market place de resseguros. Os parceiros nos procuram pela entrega de soluções, sejam facultativas, contratos automáticos ou soluções estruturadas de resseguro.

Propósito global

A corretora já preserva um estreito relacionamento com parceiros latino-americanos e mantém bom diálogo com os Estados Unidos, a China, o Chipre, a Inglaterra e a Índia. “Buscamos parceiros em todos os polos de resseguros para garantir acesso às mais diversas capacidades”, explica Aragão.

Essa presença internacional será reforçada em 2022. Já consolidada no mercado nacional, a empresa projeta levar

sua expertise para os Estados Unidos, onde será aberto um escritório em Miami. Na análise de Maria Eduarda, essa expansão física facilita o atendimento aos clientes que buscam as soluções da corretora. “O escritório em Miami nos fortalece nesse sentido. A cidade é um grande ‘hub’ de resseguros para a região”, justifica.

Embora reforce sua presença da 2ª cidade mais populosa da Flórida, a Latin RE também fortalece as alianças regionais. “Vemos a cada dia um número crescente de corretores independentes com porte e demandas regionais. Entender essas necessidades e saber construir a melhor solução faz parte da nossa cultura de entrega de soluções”, analisa a presidente.

O fundador da companhia lembra que os corretores de seguros e as seguradoras são os principais originadores de negócios. Por isso, o foco está em levar o melhor serviço para todo esse ecossistema, sobretudo aos corretores sem acesso ao mercado internacional e de resseguros. “Como trabalhamos com mais de 20 seguradoras e 30 corretoras, buscamos ser mais transparentes e ágeis para não gerarmos expectativas e frustrações. Por isso, trabalhamos todos os dias para termos a confiança dos nossos parceiros”, completa.



Da esquerda pra direita: Marcos Luz, diretor financeiro; Juliana Souza, Diretora Executiva Facultativos; Maria Eduarda Bomfim, CEO, e Felipe Aragão, CCO

AXA XL



A AXA no Brasil acaba de anunciar que **Thisiani Matsumura** Martins, atual Country Manager da AXA XL no Brasil, foi convidada pelo Grupo AXA XL a assumir a posição de Global Chief Underwriting Officer for Aerospace (Head Global de Subscrição de Seguros Aeroespaciais, em tradução livre). A executiva segue para o novo desafio tão logo o processo de integração da AXA Seguros e da AXA XL Seguros, anunciado em novembro passado, seja finalizado.



Thisiani Matsumura

Sincor-BA



O Sincor Bahia realizou no dia 5 de janeiro, a cerimônia de posse do novo presidente. **Josimar Antunes Ribeiro** foi eleito através de uma chapa única e vai assumir o mandato. Ele era o Vice-Presidente na gestão anterior, gerida por Wanderson Nascimento. O comando do sindicato será realizado por um representante do setor, que atuou como Diretor Social do Clube dos Seguradores da Bahia por vários mandatos.

SulAmérica



A SulAmérica anuncia a chegada de **Igohr Schultz**, ex-Telefônica-Vivo e Natura, para a nova posição de vice-presidente de Tecnologia e Inovação da companhia. O executivo se dedicará a duas áreas que possuem um papel relevante para acelerar ainda mais a entrega de Saúde Integral, mantendo a qualidade dos serviços para os clientes, corretores e beneficiários.



Igohr Schultz

Sincor-AL



Gustavo Henrique Olimpio da Silva é o novo presidente do Sincor-AL. “Irei trabalhar pautado nos compromissos que assumi com os profissionais que atuam no mercado de seguros em Alagoas. Darei continuidade ao trabalho realizado pela gestão do presidente Edmilson Ribeiro, a qual eu fiz parte, em continuar fortalecendo a parceria entre o corretor de seguros e as seguradoras, além de mostrar a sociedade alagoana o papel do corretor habilitado”, disse.

Europ Assistance



A Europ Assistance Brasil – uma das maiores empresas de assistência e seguro de viagem do mundo — anunciou a contratação de **Israel Azevedo Lopes** de Araújo como Chief Insurance Officer (diretor de Precificação, Rentabilidade e Controles).

Aon



A Aon plc (NYSE: AON), líder global em serviços profissionais, anuncia **Inácio Araújo** como novo Diretor de Marketing e Comunicação para a Aon Brasil. Com mais de 20 anos de atuação no mercado segurador, o executivo será responsável por liderar a área no país, reportando-se à Carmela Borst, CMO América Latina da companhia.



Inácio Araújo

Korsa



Carlos Neder é o novo Gerente Comercial RJ da Korsa. Com vasta experiência na área, o executivo, que acumula mais de 25 anos de carreira, é graduado em Gestão de Recursos Humanos pela Universidade Estácio de Sá e possui MBA em Gestão de Pessoas, pelo Centro Universitário Celso Lisboa. Neder estará à frente da gestão da equipe comercial de SP, PR e SC , além de dos clientes RJ.



Carlos Neder

123 Seguro



A 123Seguro, Insurtech com maior presença operacional na América Latina, elege **Marcelo Biasoli** como Country Manager.



Marcelo Biasoli

Pier



A Pier anuncia a contratação de **Flávia Molina** para o cargo de chief marketing officer (CMO). Desse modo, a executiva deixa a principal cadeira de marketing da rede de fast food Domino's Pizza, que ocupava desde agosto de 2020.

MDS Brasil



Paulo Loureiro assume o cargo de Vice-presidente de Saúde e Benefícios com a missão de implementar uma atuação comercial ainda mais diversificada e regionalizada, seja por equipe própria ou por meio de parcerias estratégicas.



Patrícia Martins, que era Superintendente de Parcerias, assume o cargo de diretora do canal. Conhecido como MDS Partners, o programa da MDS conta com mais de 100 parceiros de negócios em diversas regiões do Brasil



Já **Marcelo Ferreira**, que respondia pela Superintendência de Relacionamento, assume o cargo de Diretor na área. "2021 foi um ano de muito trabalho, transformação e preparação para o time de Relacionamento. No intervalo de 12 meses, a nossa carteira de clientes para atendimento diário cresceu 80% e, consequentemente, o time também dobrou de tamanho", explica o profissional.



Por fim, **Willians Cruz**, que era Superintendente de Sinistros, torna-se Diretor da área devido ao desempenho exemplar da equipe no último ciclo. "Em 2021, vários dos nossos principais clientes tiveram sinistros relevantes, complexos e desafiadores, entretanto, embora, grande parte destes sinistros ainda esteja em regulação, fechamos o ano com um aumento de mais de 25% nos valores indenizados.

SulAmérica



A SulAmérica anuncia a chegada de **Juliana Caligiuri** como nova vice-presidente de Saúde e Odonto da companhia. A executiva, que inicia sua jornada em 21 de fevereiro, chega à companhia com a missão de fortalecer as carteiras de Saúde e Odonto, além das estratégias de Cuidado Coordenado e expansão da família SulAmérica Direto.



Juliana Caligiuri



CORRETOR NÃO ATUA EM QUASE 60% DOS MUNICÍPIOS BRASILEIROS

Dados da Susep, disponibilizados por meio consulta da Conhecer Seguros, mostram que profissionais estão concentrados em grandes cidades

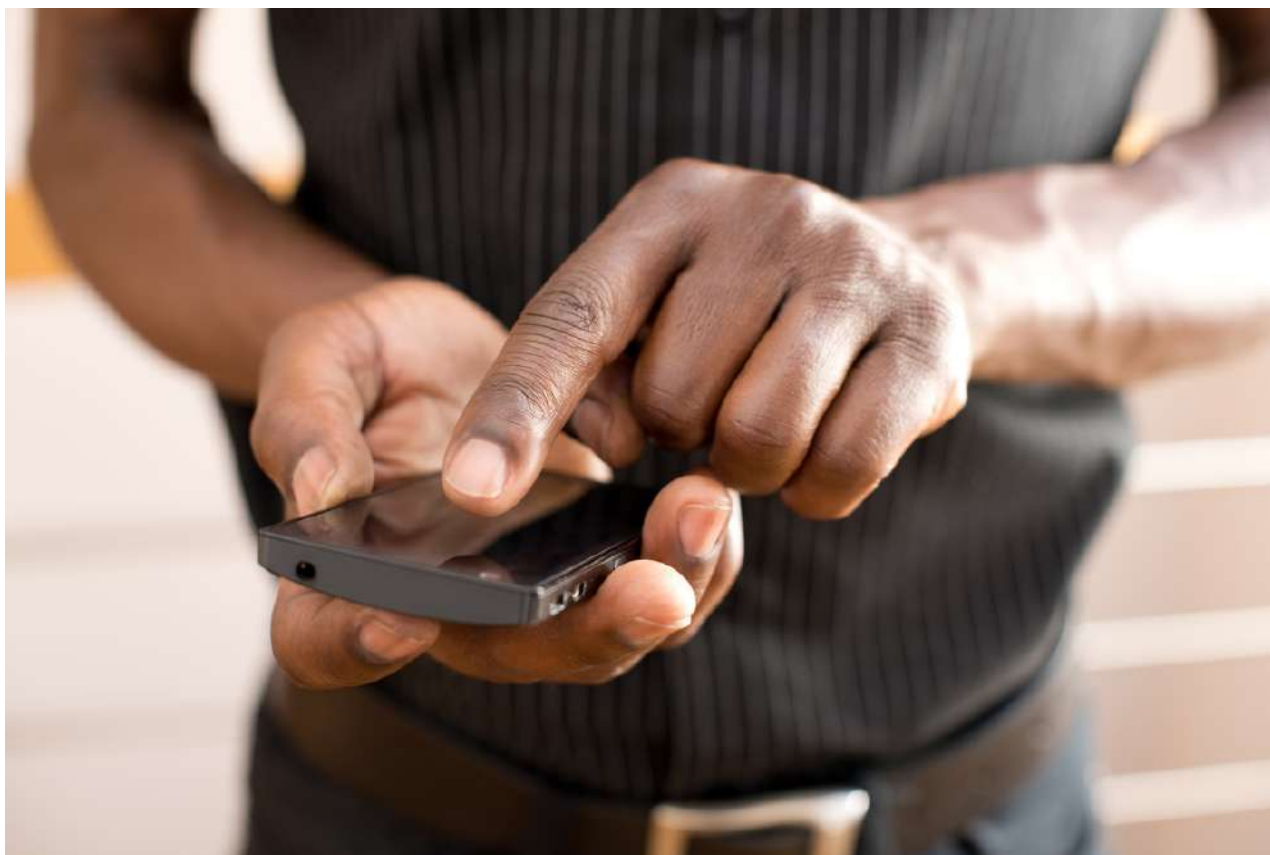
Os corretores de seguros estão mal distribuídos no Brasil. Foi o que concluiu a Conhecer Seguros após ter acesso a uma base com dados anônimos, obtidos em consulta feita à Susep no fim de 2021. Mesmo sendo os principais agentes difusores da cultura de investimento no país, a figura desses profissionais em algumas regiões é inexistente.

Em aproximadamente 60% dos municípios brasileiros não há corretores de seguros: são algo em torno de 3.400 municípios, em que não se tem registro de um só corretor de seguros para atender às suas populações – um total de, aproximadamente, 40 milhões de pessoas.

As regiões Norte e Nordeste possuem percentuais muito próximos de população sem suporte por corretores de seguro, de aproximadamente 36%. Em números absolutos, a

região Nordeste é a que apresenta a maior quantidade de pessoas desassistidas, algo em torno de 21 milhões, enquanto a região Norte apresenta uma população de aproximadamente 7 milhões de pessoas sem acesso a um corretor de seguros.

Até mesmo em São Paulo, o estado que concentra algo em torno de 40% de todos os corretores do país – mais de 45.000 corretores PF e PJ -, existem muitos municípios que não têm corretores de seguros: as primeiras análises revelam que são mais de 200 municípios – ou aproximadamente 30% do total de cidades paulistas – que não têm corretores de seguros.



O FUTURO NA PALMA DA MÃO

Bancos aproveitam bom momento do seguro de vida e investem em vendas pelo app

Sergio Vitor Guerra

A partir de R\$ 6 por mês. Esse é o plano inicial do seguro de vida do C6 Bank que está disponível direto no app. O banco Itaú seguiu a tendência dos seus concorrentes e também disponibilizou para os clientes a contratação de seis modalidades de seguros seguro. O Nubank faz isso desde o fim de 2020, quando desenvolveu o Nubank Vida, em parceria com a seguradora Chubb.

Segundo a 63ª edição da Conjuntura CNseg, o ramo arrecadou mais de R\$ 21 mi até novembro de 2021. A pandemia reforçou a importância do seguro, já que só no ano passado 412.880 pessoas morreram por causa da Covid-19, segundo a Agência CNN.

Com o interesse pelo seguro de vida em alta, os bancos buscaram facilitar a contratação, disponibilizando uma cadeia de planos em suas plataformas digitais. Para Fernanda Sawczyn, diretora executiva da SawczynPrev Corretora de Seguros, a movimentação das instituições é necessária para ampliar a exposição do seguro. “É importante os bancos estabelecerem essa estratégia, pois se abrem caminhos para a conscientização sobre esse planejamento financeiro da família”, observa.

Entretanto, a corretora analisa que a venda pelo aplicativo dá a falsa sensação de proteção. Isso porque, segundo ela, a presença

presença de um consultor especializado a fim de intermediar o negócio é fundamental para oferecer um produto coerente com a realidade do segurado.



Embora os bancos ajudem a dar maior visibilidade ao seguro, o corretor é o melhor canal de distribuição, pois somos especialistas nesse assunto.

Fernanda Sawczyn



Desde novembro de 2021, o C6 Bank oferece o Seguro C6 Vida aos seus clientes dentro do aplicativo. A estratégia foi possível devido a parceria com a Fairfax Seguros, que ficou responsável pelo desenvolvimento da solução. Segundo o banco, o sistema oferece uma proposta personalizada para cada cliente. “Contratar um seguro de vida pode ser uma tarefa delicada. Por isso, elaboramos uma experiência não invasiva, descomplicada e transparente”, explicou Fabio Basilone, head de Seguros do C6 Bank.

Após a contratação do seguro na plataforma, os valores são debitados mensalmente da conta do segurado. “A oferta é baseada no conhecimento que temos do cliente e exige apenas uma resposta positiva ou negativa para a pergunta: ‘Como vai sua saúde?’”, destacou Basilone.

Contratando o Seguro de Vida no app

A Seguro Nova Digital simulou a contratação no C6 Bank, no Nubank e no Itaú. O último, embora disponibilizasse o acordo 100% online, ofereceu a consultoria de um profissional especializado. Entretanto, até o momento da publicação desta reportagem, nenhum representante da instituição entrou em contato com a equipe.

Já os bancos C6 Bank e Nubank apresentaram facilidades na simulação. A flexibilidade no momento da escolha do melhor plano foi um dos pontos positivos. Em contrapartida, a baixa fica para a ausência de um profissional para intermediar a negociação. Por fim, ambos disponibilizaram o PDF do contrato para a visualização do potencial segurado.

Fernanda Sawczyn, diretora executiva da SawczynPrev Corretora de Seguros,





Sidney Dias*

Pressão para encurtar o tempo de lançamento de novos produtos vai aumentar

Pensar novos produtos de seguro é importante para que as seguradoras aproveitem as possibilidades trazidas pela flexibilização das regras ocorrida em 2021. Mas, isso é só o primeiro passo: todos que atuam em seguradoras tradicionais conhecem os desafios de se fazer novos produtos chegarem efetivamente ao mercado. Da ideia até a sua comercialização, o caminho seguido por um produto é longo, geralmente demandando vários meses.

Os sistemas legados das seguradoras e a forma de organização do trabalho das equipes de TI contribuem de forma relevante para que esse prazo total seja elevado. Aqui, também, pode ser novamente percebido o potencial da utilização de abordagens e métodos ágeis para redução do tempo de chegada ao mercado de um novo produto.

Outras possibilidades – que podem ser utilizadas em conjunto com os métodos e organizações ágeis – passam pela utilização de ferramentas para alteração de sistemas e de seus parâmetros com pouco ou nenhum código computacional – conhecidas como low code ou no code/zero code – LC/NC. Com esses recursos, é possível criar e alterar aplicativos, melhorar a experiência digital dos clientes e automatizar processos de forma muito mais rápida e com menos possibilidade de erros.

As ferramentas classificadas como low code são voltadas para os desenvolvedores de software, possibilitando que construam a maior parte das aplicações (sistemas e apps) visualmente, reduzindo o tempo necessário para o desenvolvimento pelos meios tradicionais

Já as ferramentas no code/zero code têm como foco possibilitar que pessoas de diferentes áreas possam desenvolver aplicações simples sem demandar ajuda à área de TI.

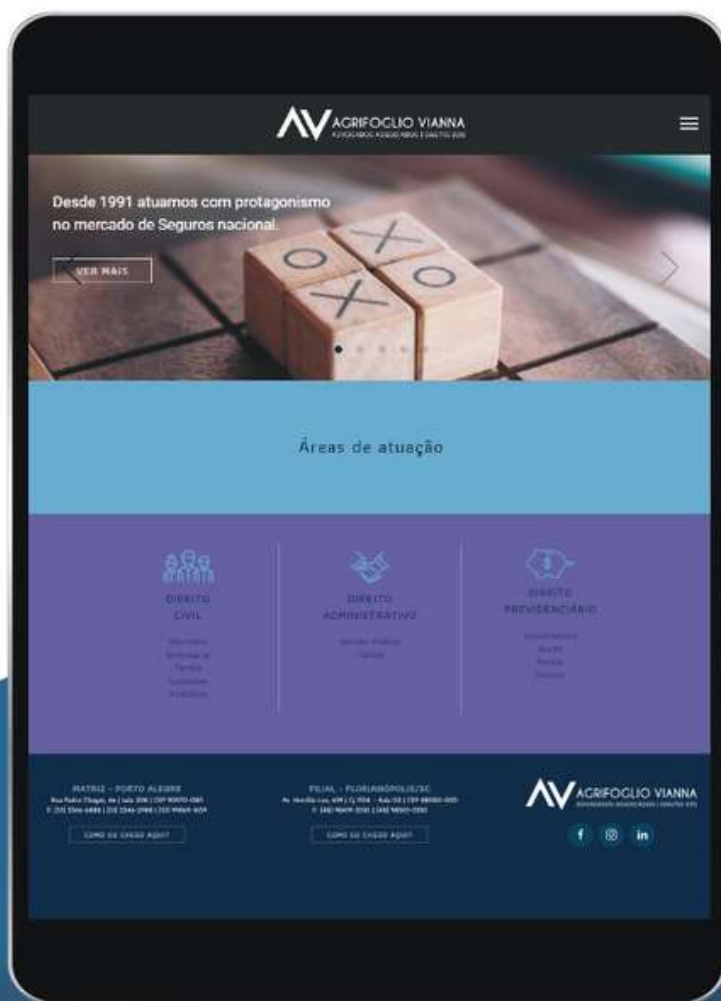
A abordagem de criação e alteração de sistemas com o uso de ferramentas LC/NC traz, também, outras vantagens. Por exemplo, as equipes de TI ficam liberadas das tarefas de pequenas alterações nos sistemas centrais das empresas, podendo se dedicar a projetos complexos e estruturantes. Um outro possível benefício é a redução dos custos e necessidades de investimentos, menores do que aqueles observados nos métodos tradicionais de desenvolvimento e manutenção de sistemas.

E um grande ganho é a redução da dependência que as equipes responsáveis pelos produtos têm das áreas de TI – um avanço há muito buscado pelas companhias.

*** Sidney Dias é diretor da Conhecer Seguros, mestre e doutor em Informática. Graduado em Administração Pública, é professor em cursos de graduação e pós-graduação e membro de instituições internacionais, como a IEEE/Computer Society, da Association for Computing Machinery (ACM) e da International Coach Federation (ICF). É, também, corretor de seguros habilitado em todos os ramos.**



30 anos
de expertise
em Soluções
Jurídicas
no Ramo
Securitário



Use o QR Code

Acesse nossos
canais de
comunicação

Cada cliente tem uma necessidade de proteção. E nós temos uma opção de Seguro de Vida para todas elas.

No nosso portfólio existem diversos
planos com opção de contratação digital.

Você ganha agilidade no seu dia a dia para oferecer proteção para cada cliente, e eles ganham liberdade para escolher como querem se proteger. Afinal, segurança é fundamental para realizarmos os nossos objetivos do jeito que planejamos. Conheça os nossos produtos que podem ser contratados digitalmente:



Essencial

Proteção completa de acordo com cada necessidade.



Super AP

Proteção em casos de acidentes pessoais.



Horizonte

Proteção flexível com formação de reserva.



Equilíbrio¹

Proteção inovadora, com acúmulo financeiro e possibilidade de rentabilidade.

Ofereça um dos nossos Seguros de Vida para os seus clientes e ainda tenha diversas vantagens! Acesse icatu.com.br/corretor e saiba mais.

Seguros de Vida | Previdência | Capitalização | Investimentos

Centro de Relacionamento com o Corretor: 0800 285 3002.

SAC Seguros e Previdência: 0800 286 0110.

SAC Capitalização: 0800 286 0109.

Ouvidoria: 0800 286 0047. de segunda a sexta-feira. das 8h às 18h. exceto feriados.

ICATU
Vida. Pra toda vida.

Seguros administrados por Icatu Seguros S.A., inscrita no CNPJ/MF sob o nº 42.283.770/0001-39. O registro deste plano na SUSEP não implica, por parte da Autarquia, incentivo ou recomendação a sua comercialização. ¹ A Icatu Seguros não promete rentabilidade e/ou resultados financeiros durante os períodos de diferimento e de pagamento do benefício sob a forma de renda, com base no desempenho do respectivo fundo de investimento, no desempenho alheio ou no de quaisquer ativos financeiros e/ou modalidades operacionais disponíveis no âmbito do mercado financeiro.