

● ● ●
S E G U R O
N O V A - D I G I T A L

30ª EDIÇÃO - FEV/2023

SUCESSO NO CAMPO

COMPLETANDO 15
ANOS, JDT PROJETA
SER A MAIOR
CORRETORA AGRO DO
PAÍS

Juliana Tiede
CEO JDT Seguros

VEJA TAMBÉM

ENTREVISTA: O MERCADO
DE SEGUROS CADA VEZ
MAIS DIGITAL P. 12

SEGURO DE TRANSPORTE
DE MERCADORIAS EM
INUNDAÇÕES P. 14



O QUE SEU
CLIENTE QUER
PARA A FAMÍLIA?

PROBLEMA?

PROTEÇÃO.

Corretor de Seguros: você faz dar certo.

O seu trabalho é essencial na hora de oferecer soluções para as famílias superarem qualquer desafio no presente e terem um futuro com tranquilidade financeira e mais qualidade de vida. **Porque você é quem faz de tudo para transformar as vidas de milhões de brasileiros e deixar os seus planos na direção certa.**

ICATU
Vida. Pra toda vida.



SERGIO VITOR GUERRA

Jornalista
svitor@seguronovadigital.com.br
MTB 89.595



**FERNANDA DE O.
E OLIVEIRA**

Relações Públicas
foliveira@seguronovadigital.com.br



VANESSA MENDONÇA

Diretora de Subscrição Transportes e
Marketing & Branding da Albatroz MGA



EMIR ZANATTO

Colunista



CNPJ: 35.032.476/0001-99

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

Email: contato@seguronovadigital.com.br

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

MAIS UM ANO REFORÇANDO O DEBATE

As sociedades foram construídas durante a história sob a ótica do patriarcado, uma linha de pensamento em que os homens mantêm o poder primário e tomam espaços políticos, impõem autoridade moral, se privilegiam socialmente e controlam as propriedades privadas.

A possibilidade da participação de mulheres em ações decisivas para um modelo do governo de uma província, por exemplo, era muito pequena durante séculos. As sequelas disso são sentidas até os dias de hoje. No Brasil, as mulheres constituem a maior parte da população (51,1%) segundo o IBGE. Entretanto, elas ainda não desfrutam da justa representatividade dentro das empresas, sobretudo em cargos de liderança.

No mercado de seguros esse cenário não é diferente, apesar dos recentes avanços. Avanços estes que precisam ser explorados pelos veículos de comunicação a fim de aquecer o debate, mostrando que todos possuem capacidades, independentemente do gênero.

Dando continuidade ao que a Seguro Nova Digital faz desde a sua fundação, março deste ano é o momento de mais uma vez reforçar a importância da participação feminina no mercado de seguros, além de elucidar o problema da desigualdade de gênero dentro das empresas e das entidades.

Corroborando com o nosso propósito para esta edição, a capa desta edição destaca a executiva Juliana Tiede, CEO da JDT Seguros, corretora que cresce anualmente, sobretudo no ramo rural. Você vai conhecer a história da corretora que completou 15 anos no mês de fevereiro e como a Juliana se tornou uma referência no mercado segurador brasileiro.

Importantes líderes do setor também participaram desta edição com artigo exclusivo sobre transporte de carga e também numa reportagem especial sobre a igualdade de gênero no ambiente corporativo.

Digitalização das seguradoras, atendimento aos segurados no litoral norte de São Paulo e dicas de relacionamento com o cliente também você vai encontrar por aqui.

Desejamos ótimos negócios a todo nosso público!

Sergio Vitor Guerra

12

ENTREVISTA

A DIGITALIZAÇÃO DO
MERCADO DE SEGUROS

16

ESPECIAL

A PARTICIPAÇÃO FEMININA
EM CARGOS DE
LIDERANÇA NO SETOR DE
SEGUROS

34

ATENDIMENTO

A IMPORTÂNCIA DA
AUTOMATIZAÇÃO NAS
CORRETORAS DE
SEGUROS

14

ARTIGO

A IMPORTÂNCIA DA
CONTRATAÇÃO DE SEGURO
DE TRANSPORTES

20

CAPA

JDT SEGUROS
COMPLETA 15 ANOS E
FOCA EM SER A
PRINCIPAL CORRETORA
AGRO DO PAÍS

36

SEGURO AUTO

POR QUE AS
MULHERES TEM O
SEGURO AUTO MAIS
BARATO?

Às vezes seu cliente não consegue evitar o **BURACO**, mas consegue **EVITAR O PREJUÍZO**.

Segundo a CNT, 66%* das rodovias do país são regulares, ruins ou péssimas. Isso torna os acidentes cada vez mais comuns. Quem escolhe a Proteção Contra Buracos, uma cobertura que garante a troca de pneu, roda e suspensão em caso de colisões, não deixa seu cliente passar aperto na estrada.



**Problema comum
e com danos graves.**
Por isso, tem alta percepção
de valor pelos clientes.



**Franquia única,
não importa
a severidade
do dano.**



**1 ano de
garantia.**



Aponte a câmera
do seu celular
e entre em contato
agora.





ALPER INAUGURA FILIAL NO RIO DE JANEIRO

A Alper Consultoria em Seguros inaugurou no dia 14 de fevereiro sua 14ª filial no Rio de Janeiro, localizada na Torre do Rio Sul em Botafogo. A nova unidade vai em linha com a estratégia da companhia de estar presente nas grandes capitais.

De acordo com o CEO da Alper, Marcos Couto, a nova filial faz parte da estratégia da Companhia em estar presente nacionalmente, sempre em busca de novas oportunidades, trazendo ainda mais pluralidade para a operação e para os clientes. “Essa iniciativa reflete as ações e investimentos realizados pela companhia nos últimos anos, que colocou a Alper no atual patamar de corretora mais disruptiva do mercado”, afirma.

ENCONTRO COMERCIAL GBOEX

Uma imersão em estratégias, gestão e futuro dos negócios do GBOEX. A definição resume o que aconteceu no Encontro Comercial promovido pela entidade, de 6 a 10 de fevereiro, na sede, em Porto Alegre. O evento reuniu gerentes das unidades de todo o país, comerciais, consultores e gestores de outras áreas da empresa.

Entre os objetivos propostos: a divulgação de resultados do ano passado, o incentivo à interação entre os colaboradores e o planejamento de ações para os próximos meses. Retrospectiva das iniciativas recentes, planejamento de marketing e produtos



estiveram entre as pautas abordadas durante as reuniões e painéis promovidos na semana.

O grupo também acompanhou uma palestra sobre fidelização do corretor e técnicas de vendas com o consultor André Santos. Publicitário, especialista em vendas e corretor, o palestrante é autor de seis livros sobre o tema. Além disso, a ação contou com a participação de representantes da parceira comercial MAG.

ICON

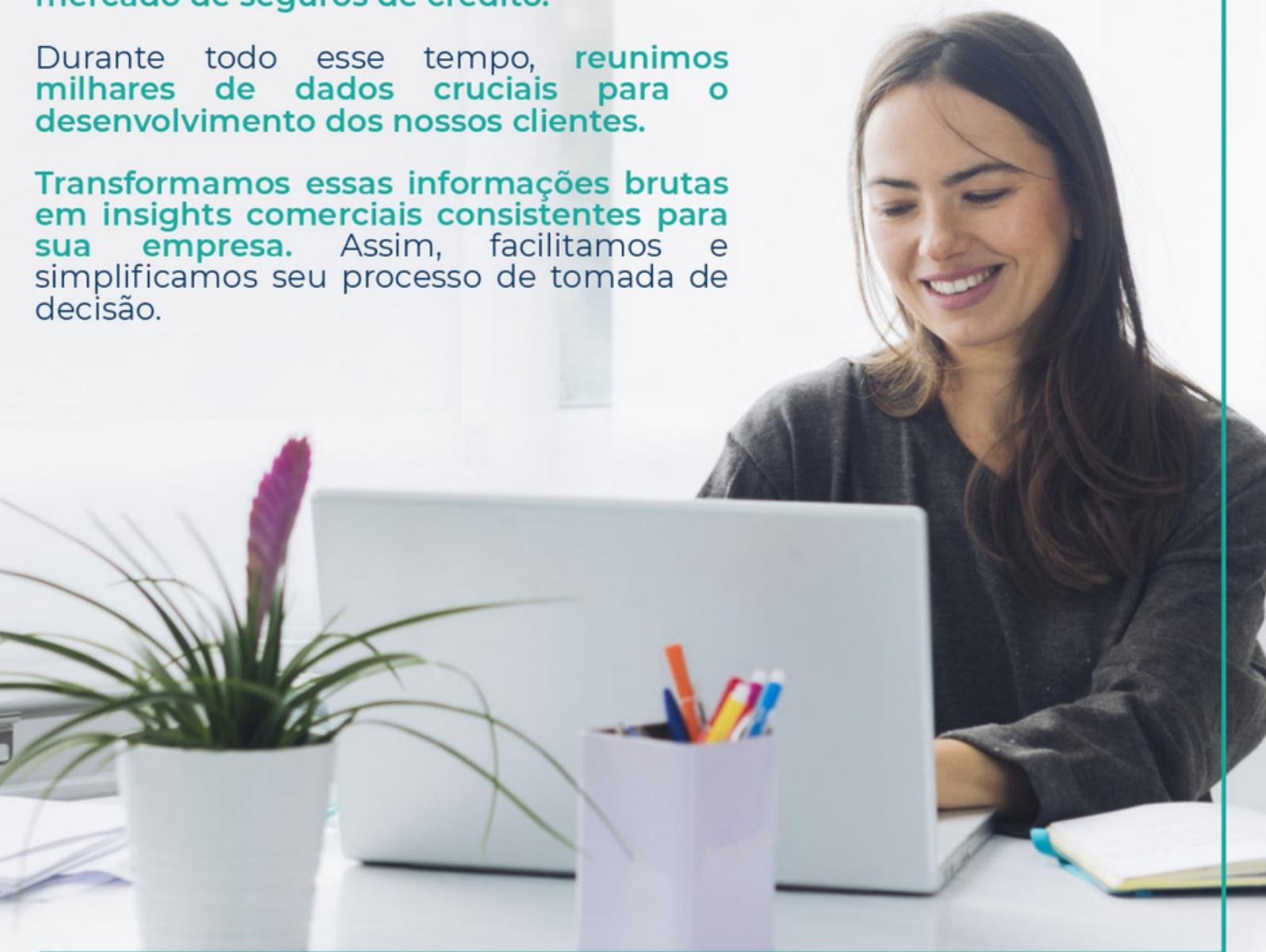
by coface

NA ERA DA INFORMAÇÃO, SABER COMO MELHOR UTILIZAR DADOS É O QUE FAZ A DIFERENÇA.

A Coface atua há mais de 75 anos no mercado de seguros de crédito.

Durante todo esse tempo, reunimos milhares de dados cruciais para o desenvolvimento dos nossos clientes.

Transformamos essas informações brutas em insights comerciais consistentes para sua empresa. Assim, facilitamos e simplificamos seu processo de tomada de decisão.





OBRA COLETIVA DA CONHECER SEGUROS

A obra coletiva “Riscos e Danos Ambientais” foi lançada no dia 30 de janeiro, pela Editora Foco, na Livraria Travessa Iguatemi, com presença de profissionais do mercado de seguros e de direito ambiental. O livro

foi coordenado pelo diretor da Conhecer Seguros, Walter Polido, e pelo professor da escola, Fábio Barreto, com a especialista Natascha Trennepohl.

Polido aponta que os temas tratados na obra são de grande relevância no cotidiano empresarial e no meio de seguros. “É uma leitura obrigatória para os subscritores e demais profissionais do mercado, ainda mais com as normas regulamentares publicadas recentemente pela Susep”. Polido se refere à Circular 666/22, que trata dos riscos ambientais e de fatores de sustentabilidade no âmbito da política de aceitação das seguradoras.

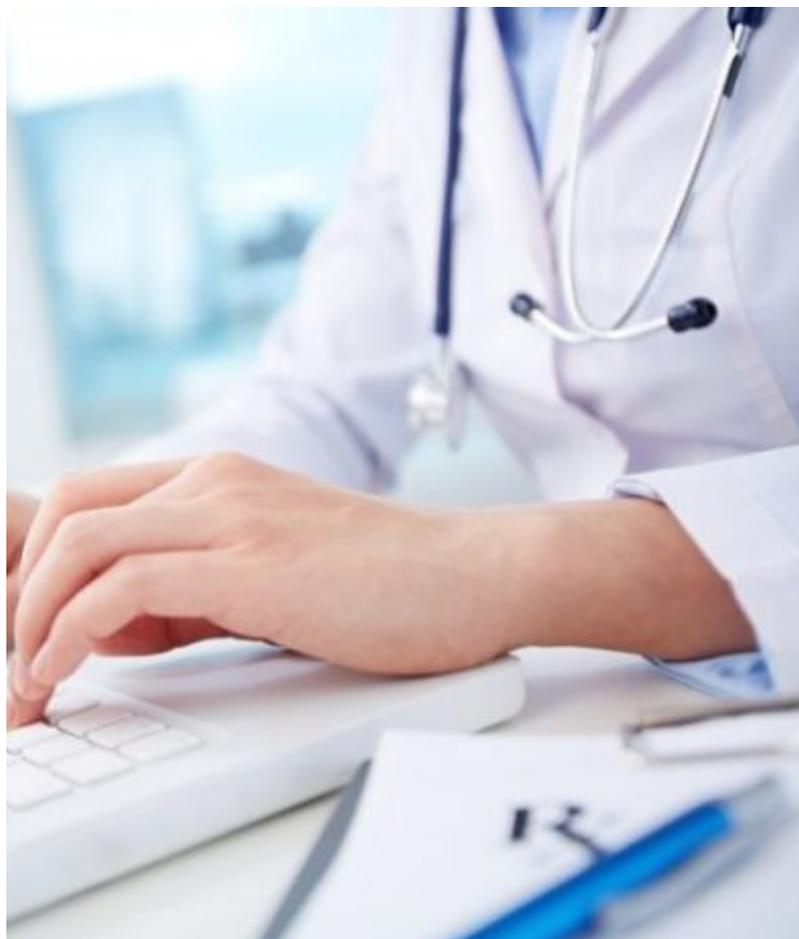
“Quais os contornos desse tipo de determinação normativa? Quais as implicações na responsabilidade de cada empresa seguradora e também em relação aos diretores individualmente?”, questiona Polido. “São assuntos que não podem ficar para depois, devendo ser enfrentados objetivamente. A obra é uma ferramenta propulsora de conhecimentos para o setor”, destaca.

ALLCARE AMPLIA ATUAÇÃO

A Allcare Gestora de Saúde anuncia a assinatura de acordo com a Aon, por meio do qual passa a ser a responsável pela administração da carteira de clientes da ADM Administradora de Benefícios, empresa do Grupo.

Com essa parceria, a Allcare ultrapassa a marca de 300 mil clientes beneficiários, incorporando os 24 mil beneficiários da ADM, o que representa pouco menos de 10% da carteira da Allcare, que somava 296 mil antes da transação.

Além do aumento na carteira, a Gestora de Saúde amplia o atendimento a grandes clientes corporativos e diversifica sua oferta ao mercado, com novas operadoras parceiras. Com isso, a Allcare manterá a sua trajetória de crescimento sustentado, especialmente nos segmentos PME e planos coletivos por adesão.



A MELHOR OPÇÃO EM RESSEGUROS

Para garantir excelentes resultados em **riscos de maior complexidade**, você precisa contar com uma equipe especializada e qualificada, com **alta eficiência operacional**.

A **Alper Re** é uma corretora de resseguros independente, preparada para colocar riscos facultativos, facilities e contratos automáticos de todos os tamanhos e complexidade, garantindo sempre as melhores soluções às demandas dos nossos clientes.

Corretor, conheça a Alper Re e alavanque ainda mais os seus negócios.

   alperseguros
alperseguros.com.br

Fale conosco contato@alperseguros.com.br

alper  **Re**
corretora de resseguros



SEGURO DE CRÉDITO GANHA IMPULSO, DIZ COFACE

O seguro de crédito passou a merecer atenção redobrada a partir das informações negativas referentes a uma das maiores redes varejistas do país, entre outras empresas. “Essa situação abalou toda a economia e pode-se dizer que foi um marco para

nosso segmento de atuação”, afirma Rosana Passos de Pádua, CEO da Coface Brasil, companhia líder em seguro de crédito e fornecimento de informações comerciais. “Podemos dizer que o mercado de seguro de crédito se divide entre antes e depois desses eventos. A partir desses casos, acendeu um sinal de alerta para a necessidade de estar protegido para situações imprevistas. O seguro de crédito deve ser contratado para proteção de eventos inesperados, assim como os demais seguros que existem”.

“Está ficando cada vez mais evidente que, ao contratar o seguro de crédito da Coface, a empresa passa a receber uma avaliação da carteira feita por especialistas e tem um acompanhamento contínuo”, destaca a presidente da companhia.



ATENDIMENTO NO LITORAL NORTE

As chuvas que atingiram o litoral norte de São Paulo durante o Carnaval, consideradas as mais fortes da história na região, fizeram disparar também os chamados de emergência por quem tem

o carro segurado.

De acordo com a Federação Nacional de Seguros Gerais (FenSeg), foram 2,7 mil atendimentos, realizados entre os dias 19 e 20. O número deve subir, considerando que ainda faltam as atualizações de ontem, 21, quando a região foi tomada novamente por fortes chuvas.

As ações se concentram nas cidades de São Sebastião, Guarujá e Bertioga, e estão sendo realizadas por aproximadamente 15 seguradoras. Para chegar aos locais afetados, os planos de contingência das seguradoras incluem não apenas viaturas, guinchos e pick-ups, mas também veículos especiais aquáticos (marruás e motos aquáticas), uma vez que alguns bairros ficaram completamente ilhados.

The logo for Wiz Corporate, featuring the word "Wiz" in a stylized white font with a blue accent on the 'i', followed by the word "Corporate" in a clean, white, sans-serif font.

Wiz Corporate

São mais de 30 soluções
para resguardar a sua empresa
de possíveis prejuízos

A Wiz Corporate é a sua consultoria especializada na distribuição de seguros, benefícios e créditos no país, operando em múltiplos canais.

Conte com a experiência e expertise dos nossos especialistas para entender o seu negócio e oferecer a melhor solução.

<https://wiz.co/wiz-corporate/>

UM MERCADO CADA VEZ MAIS DIGITALIZADO

A digitalização dita o ritmo dos novos rumos que o mercado de seguros está tomando, seja pelo investimento em tecnologia, pelo surgimento das insurtechs ou pela contratação de pessoas dispostas a impulsionar essa cultura dentro das empresas. O foco dessa transformação é o consumidor, que busca praticidade, agilidade e desburocratização.

Embora a maioria das seguradoras tenha grandes equipes operacionais, a busca pela terceirização de serviços tecnológicos está aquecida. Profissionais e empresas especializadas em tecnologia se aproximam cada vez mais das companhias de seguros a fim de auxiliá-las neste momento de transformação digital.



Rodrigo Orlandini
Diretor de Produtos da i4pro

Rodrigo Orlandini, diretor de produtos da i4pro, acredita que o segurado tem grandes vantagens na aplicação da tecnologia no desenvolvimento de proteções, que se tornam mais adequadas a cada perfil. Em entrevista exclusiva à SND, o executivo analisa o momento do mercado e como a i4pro impulsiona a onda de mudanças na indústria.

Seguro Nova Digital - O setor de seguros está cada vez mais digital. Qual é o real efeito disso nos clientes?

Rodrigo Orlandini - O segurado só tem a ganhar com a diversificação dos produtos criados para as suas necessidades. A precificação mais adequada, por exemplo, é uma das grandes vantagens que as seguradoras e as insurtechs estão se preocupando em imprimir na jornada de contratação. Com a digitalização, as companhias conseguem montar produtos específicos que se encaixem às necessidades do cliente, unindo proteções distintas numa mesma apólice, mas imprescindíveis para a sua vida.

SND - De que maneira a i4pro apoia as seguradoras nessa agenda de transformação digital?

RO - A i4pro é uma empresa de tecnologia focada no mercado segurador e atua em todos os ramos regulamentados pela Susep (Superintendência de Seguros Privados), impulsionando o resultado dos seus clientes, de maneira orgânica, por meio de soluções tecnológicas. Implementamos tecnologia em todas as frentes das companhias, desde portais na internet até a cadeia de gestão operacional.

SND - Hoje em dia é muito comum ouvir das seguradoras a preocupação de criar proteções mais flexíveis, aquelas que se encaixam melhor ao perfil do segurado. Isso se torna viável diante de um ambiente digitalizado?

RO - Sim, alguns seguros já estão sendo impulsionados pela digitalização, como o de celular, a carteira protegida (pix), o residencial, entre outros. Nesse sentido, as adesões pela internet também se tornam mais fáceis e seguras, sobretudo entre as pessoas físicas. Enquanto isso, o open insurance, assim que estiver integralmente implementado no Brasil, vai permitir um compartilhamento de dados de forma massiva, facilitando o desenvolvimento de novos produtos com apoio de seguradoras e de insurtechs.

Vejo que os corretores estão se preparando para oferecer proteções no ambiente online e se interessando em entender as novidades que o mercado vem

produzindo nos últimos anos.

SND - A ascensão das insurtechs é um marco na história do mercado segurador. Você acredita que elas, mesmo já nascendo na esteira da inovação, precisam de empresas como a i4pro?

RO - Enxergamos as insurtechs como um grande potencial de parceria e nós podemos auxiliá-las no seu crescimento. Elas nascem com foco de criar so-

luções conforme a necessidade do segurado, mas isso é muito complexo de fazer e a ajuda da i4pro é essencial, pois nossos produtos estão preparados para todos os ramos da Susep.

SND - Recentemente, a empresa lançou o InCloud. O que é esse serviço e como ele vai ajudar as seguradoras?

RO - O InCloud é um serviço de hospedagem em nuvem na qual os clientes da companhia poderão operar os softwares da plataforma i4pro e armazenar seus dados. Com isso, ganharão foco na operação e poderão ter equipes de TI mais enxutas.

SND - As seguradoras operam no on-premise, no qual as soluções são executadas em infraestrutura comprada e administrada por elas próprias. O que muda com essa novidade?

RO - No modelo on-premise, as seguradoras têm uma série de gastos com toda a infraestrutura necessária. Agora, com o serviço de nuvem gerenciada, trazemos a experiência do SaaS para o cliente que pode passar a focar em seu core business.

"Vejo que os corretores estão se preparando para oferecer proteções no ambiente online e se interessando em entender as novidades que o mercado está produzindo nos últimos anos"



ARTIGO:

A IMPORTÂNCIA DA CONTRATAÇÃO DO SEGURO DE TRANSPORTE DE MERCADORIAS TAMBÉM EM CASO DE INUNDAÇÕES

POR: VANESSA MENDONÇA*

O litoral norte paulista registrou novamente o maior volume de chuva constante da história do Brasil. Foram mais de 682 milímetros de água, e centenas de desabrigados, desalojados, e infelizmente com mortes e desaparecimento em decorrência desta tragédia.

Como impacto direto, várias rodovias estão com pontos de interdição parcial e total, seja por queda de barreiras, desmoronamentos, quedas de árvores, alagamentos, transbordamento de cursos d'água ou ainda por outras situações como rompimento de tubulação.

O setor de transportes de mercadorias também sofre impacto direto com este tipo de evento. Vias alagadas, caminhões parados e até mesmo águas sujas e contaminadas colocam em risco a integridade dos bens transportados, parcial ou integralmente.

Por isso, é extremamente relevante salientar a necessidade e importância da contratação de um seguro, estejam as mercadorias em circulação ou não.

O seguro de Transporte Nacional Rodoviário com 'Cobertura Ampla A' possibilita ao segurado ser reembolsado em caso de perdas provocadas por calamidade pública. Isso envolve os caminhões impossibilitados de seguir viagem por obstrução das vias que foram atingidos pelo excesso de água, ou por roubo devido ao aumento da exposição da carga parada. Importante destacar que se o segurado ou seus prepostos tiverem conhecimento de tais condições de in navegabilidade ou inaptidão quando o objeto segurado estiver sendo transportado (seja por notificações nas mídias públicas, jornalísticas, sociais, televisivas ou por decisão própria do empresário de transportes ou mesmo o motorista), a seguradora preservará seu direito ao não atendimento do sinistro reclamado. Assim como o simples atraso, mesmo que ele seja causado por risco coberto, também não é previsto na apólice de Transportes.

Ainda na modalidade de Transporte Nacional Rodoviário, caminhões parados por força maior nas vias congestionadas, aumentando a exposição de violência e roubos com emprego de violência, também possuem amparo desde que as ações não sejam caracterizadas como vandalismo, ou entrega da mercadoria. Todas as medidas protecionais devem ser adotadas e gerenciadas nesta situação, impreterivelmente. Vale lembrar que grevistas,

trabalhadores em “lock-out”, pessoas participantes de distúrbios trabalhistas, tumultos ou comoções civis são riscos excluídos da cobertura.

Para os transportadores, que são aqueles que transportam a mercadoria de terceiros, a apólice de RCTR-C possui cobertura securitária para alagamentos apenas se tiverem contratado a cobertura adicional para avarias. Já para um possível roubo por impossibilidade de movimentar o veículo na via obstruída, deve ser contratado o adicional para roubo parcial, pois do contrário a cobertura de roubo prevista na apólice de RCF-DC é de roubo total concomitante ao roubo do veículo.

Apesar de ser redundante, é válido ressaltar a proteção do patrimônio que a contratação de um seguro fornece ao segurado. Em um eventual sinistro, a empresa pode ter todo o seu capital envolvido por reposição do bem avariado ao seu cliente/operação.

Já pensando em perdas provocadas por alagamento dentro dos armazéns, vale a pena esclarecer que estes danos deverão ser analisados pelo seguro de Property, e não pela apólice de Transportes, salvo da exceção de quando for contratado a operação de crossdocking. Este adicional na apólice de Transportes prevê a permanência da mercadoria no interior de pátios e armazéns previamente analisados antes do início do risco por um curto período para atendimento da logística do segurado. Em muitas operações de “cross-docking” - quando o caminhão permanece carregado dentro do armazém por questões de logística do cliente (e das quais foram previamente analisadas antes da contratação da apólice) - as mercadorias também podem ser danificadas em consequência das enchentes das ruas.



Porém, é importante destacar que a inundação decorrente de água proveniente do próprio imóvel do segurado ou outro edifício que seja integrante do local não está amparada pela apólice de Transportes. Nesse caso, os armazéns devem possuir comprovadamente as medidas protetivas para aceitação da cobertura na apólice, onde nesta situação o beneficiário é o segurado e não o armazém.

Vanessa Mendonça é Diretora de Subscrição Transportes e Marketing & Branding da Albatroz MGA.

ELAS NA LIDERANÇA

MULHERES SÃO MAIORIA NO SETOR DE SEGUROS, MAS PARTICIPAÇÃO EM CARGOS DE ALTO ESCALÃO NAS EMPRESAS É MENOR EM COMPARAÇÃO AOS HOMENS

POR: SERGIO VITOR GUERRA

Em 2010, Kathryn Bigelow conquistou o Oscar na categoria “Melhor Direção” com o drama “Guerra ao Terror”. Ela foi a primeira diretora a levar a estatueta para casa após mais de 80 edições. 19 anos antes, a Copa do Mundo feminina dava seu pontapé inicial, enquanto a masculina já tinha fincado suas raízes na cultura do torcedor. No Brasil, as mulheres tiveram direito ao voto somente em 1932, e a primeira chefe de Estado foi eleita pela República depois de 121 anos da proclamação.

Em toda a parte do mundo, as civilizações foram constituídas pelo patriarcado, cujo as suas sequelas são sentidas até os dias atuais. “Ainda muitas mulheres são acometidas pela ‘síndrome do impostor’, um sentimento de insegurança e incapacidade de internalizar o sucesso”, explica Stephanie Zalcman, diretora técnica de Operações e Estruturação da Wiz Corporate.

Stephanie é também embaixadora da Sou Segura, uma associação que trata de desenvolver a equidade de gênero no mercado segurador e preparar mais mulheres para cargos de liderança. “Dando oportunidades para que elas façam mais networking, se preparem e se sintam seguras para assumir posições altas e também motivar as empresas a se engajarem nesse projeto”, apresenta.

A proporção de mulheres em cargos de liderança em seguradoras ainda é menor em relação aos homens, segundo o estudo Mulheres no Mercado de Seguros de 2022, desenvolvido pela Escola de Negócios e Seguros (ENS). Atualmente, há 2.2 diretores homens para uma mulher. Em 2012, ano de lançamento da primeira edição do material, para cada quatro executivos existia uma diretora.

“Eu confesso que me surpreendi um pouco nas primeiras reuniões com pessoas do mercado de seguros no qual é notável a massiva presença masculina”, lembra Rosana Passos de Pádua, CEO da Coface Brasil. “(...) mas, também fiquei positivamente surpresa com a quantidade de mulheres à frente de seguradoras no Brasil. Então, considero que estamos no caminho certo na formação e desenvolvimento de liderança feminina na área de seguros”, complementa.

O relatório Women in Business 2022, da Grant Thornton, mostra que 38% dos cargos de liderança no Brasil são ocupados por mulheres. Em 2019, a mesma pesquisa mostrou que apenas 25% das posições de liderança estavam sob o comando feminino.

Quando chegou em 1980 na Delphos, Elisabete Prado, hoje CEO da companhia, deparou-se com um mercado que dava poucas expectativas para uma mulher postular funções de influência

Stephanie Zalcman
Wiz Corporate





Rosana Passos de Pádua
Coface Brasil

"Considero que estamos no caminho certo na formação e desenvolvimento de liderança feminina na área de seguros"

Rosana Passos de Pádua

na empresa. "As posições designadas às mulheres eram basicamente para cargos de níveis baixos ou intermediários. Porém, as exigências eram iguais ou até mais rigorosas do que era esperado dos homens. Debates sobre o tema só começaram a ser relevantes depois dos anos 2000", recorda.

Por décadas, as empresas se espelharam nas entidades representativas do setor de seguros nesse tema. Isso porque a maioria delas, mesmo tendo centenas de anos de existência, jamais teve uma liderança feminina. O Clube dos Corretores de Seguros do Rio de Janeiro (CCS-RJ) andou na contramão desse cenário recentemente com a eleição de Fátima Monteiro como a primeira mulher presidente do clube.

Fátima lembra como se iniciou a participação mais efetiva de mulheres na entidade. "Quando Amilcar Vianna assume como presidente do clube, ele passa a convidar mulheres para serem sócias em um mundo extremamente masculino como todo mercado de seguros. Éramos quatro mulheres audaciosas e aos poucos fomos mostrando nossa capacidade, fazendo eventos e buscando parcerias de extrema importância".

EM PAUTA NAS EMPRESAS

A diretora da Wiz lembra que hoje as mulheres já são maioria no setor de seguros, representando 59% da força de trabalho. Porém, em cargos executivos elas ainda são pouco representadas. "Quando olhamos para as posições na liderança, os homens têm 3,5 vezes mais chances de ser um executivo na empresa e duas vezes mais chances de ser um gerente da companhia".



Elisabete Prado
Delphos

Stephanie salienta que dentro do Grupo Wiz Co são aproximadamente 123 mulheres ocupando cargos de liderança, representando 47% do total. “Esse percentual deve seguir crescendo. Não queremos sobrepôr as mulheres aos homens, mas que haja igualdade”.

“A diversidade tem ganhado espaço em empresas de todos os setores e, felizmente, também no mercado de seguros, que há muito era tido como masculino. Mulheres e homens pensam diferente e isso traz uma combinação fundamental para atingir alta performance nas equipes”, pondera Stephanie.

Rosana ressalta que na Coface Brasil a política de igualdade de gênero também é implementada. “Tenho a felicidade e o orgulho de estar em uma empresa na qual a disparidade entre homens e mulheres é praticada. Minha chefe, Marcele Lemos, CEO da Coface América Latina, é uma mulher e mais de 50% do time gerencial da Coface aqui no país é formado por mulheres”.

Menos diversidade provoca um rendimento menor nas companhias. Foi o que apontou o estudo da empresa de consultoria empresarial McKinsey & Company em 2022. De acordo com o levantamento, empresas com menor índice de diversidade cultural e de gênero tendem a render até 29% menos em relação aos seus concorrentes do mesmo setor.

Na análise da CEO da Coface Brasil, ambientes diversos, além de serem bem produtivos, também são mais atrativos e mais divertidos. “Hoje somos 55% mulheres e 45% homens em termos de quadro total. Eu acredito em todas as formas de diversidade, pois um perfil completa o outro. Para isso, a empresa tem que trabalhar os valores e, sobretudo, o respeito às diferenças e o convívio e aprendizado mútuo”, pondera.

No CCS-RJ, Fátima promete impulsionar a participação de mulheres durante a sua gestão. “Quero aumentar o número de sócias mulheres para que haja uma maior integração em nosso universo do clube. O intuito é que aos poucos ele seja misto em um ambiente no qual a mulher seja vista com o olhar clínico de profissional de seguros em sua plenitude”.

Elisabete sempre teve anseios de crescer profissionalmente e se esforçou para conquistar seu espaço, mesmo sem ter tantas referências profissionais no setor de seguros. A executiva acredita que existem princípios básicos que as mulheres em início de carreira não devem abrir mão.

“Precisam se preparar com muito estudo, leitura, autoconfiança e autoestima. Além de desenvolverem habilidades de influências positivas sobre suas equipes, aprenderem a fazer uma diligente gestão do tempo e fazerem conexões estratégicas com honestidade suprema”, recomenda a CEO da Delphos.

Todas as executivas de hoje já vislumbram no início grandes passos na carreira profissional, mesmo com tantas dificuldades que as relações sociais impõem no cotidiano. Para que as experiências sejam usufruídas por todo mundo, independentemente de cor, raça ou gênero, é necessário o esforço conjunto no fortalecimento dessas discussões cada vez mais acaloradas no mundo corporativo.



Fátima Monteiro
CCS-RJ

Junte-se a Allcare e faça 2023 ser o melhor ano da sua vida!



Você sabia que sendo um corretor parceiro Allcare você tem muitos benefícios?



Telemedicina gratuita para você, seus pais, cônjuge e filhos



Crie suas artes personalizadas para divulgação e alavanque suas vendas na Internet



Acesse uma plataforma com mais de 300 lojas e e-commerce com descontos de até 60%



Tenha mais praticidade, autonomia e segurança com a venda online e expanda seus negócios pelo Brasil



São mais de 480 opções de planos de saúde para você vender em todo o país

Para mais informações ou saber como se cadastrar e se tornar um corretor parceiro Allcare, acesse o site **corretorallcare.com.br**

Venha fazer parte deste time campeão!

allcare

ANS - nº41728-9



JDT SEGUROS COMPLETA 15 ANOS E MIRA SER A MAIOR CORRETORA AGRO DO PAÍS

A trajetória da JDT Seguros se inicia em 2008 a partir da união da expertise da fundadora Juliana Tiede nos setores do agronegócio e seguros, que, somadas à sua veia empreendedora, fomentaram a criação da empresa.

A conexão da executiva com o universo do Agro vem de longa data, a começar pela cidade onde ela cresceu. Horizontina (RS) é reconhecida como “Berço Nacional das Colheitadeiras Automotrizas”, por ser o município no qual se construiu a primeira colheitadeira automotriz brasileira, em 1965.

Aos 18 anos, Juliana iniciou sua vida profissional na John Deere já trazendo na bagagem valiosos ensinamentos sobre a importância do agronegócio para o Brasil. O aprendizado começou em casa, seu pai, Werner Tiede, desenvolveu carreira em diferentes empresas do setor como a SLC Agrícola, referência na produção de soja, algodão e milho.

Após a experiência na John Deere, foi chamada para trabalhar em uma corretora de seguros, responsável por seu batismo no mercado securitário. “Foi neste momento que me apaixonei pelo

setor e não parei mais. Ao longo dos anos sempre dei o meu melhor para fazer o negócio crescer”, conta.

Já reconhecida no mercado, veio a oportunidade para um voo solo: desenvolver a distribuição de seguros para equipamentos agrícolas nas concessionárias John Deere. Do desejo de empreender e do sonho de criança de ser empresária, em 26 de fevereiro de 2008, nasce a JDT na cidade de Porto Alegre/RS.

O negócio que começou com a comercialização de seguros nos concessionários da John Deere logo foi estendido para outra gigante de equipamentos agrícolas, a Rede Stara. “Desenvolvemos o modelo de distribuição de

seguros por meio de grandes fabricantes e conquistamos parceiros de negócios muito significativos”, explica Juliana. Para a empresária, o seu negócio é guiado pela busca constante por inovação e pela manutenção de relações de confiança, em que todos ganham.

A união com os diferentes públicos aos quais a JDT está conectada são a chave para o crescimento da empresa e determinantes para a lógica de criação, entrega e captura de valor da corretora. “A JDT é feita de parcerias estabelecidas com redes de concessionários, colaboradores e seguradoras. Buscamos sempre parcerias sustentáveis e de longo prazo”, explica a CEO.

Com o vasto conhecimento em seguros para agronegócio, a corretora construiu uma relação de parceria e confiabilidade junto às principais seguradoras do mercado: AXA no Brasil, Allianz, Liberty e HDI Seguros. São sinergias que têm um papel estratégico para a JDT expandir sua atuação dentro do ecossistema do agro e atender às necessidades do setor. De acordo com a fundadora, o objetivo da JDT é distribuir oportunidades para corretores, cooperativas, dentre outros, gerando valor às suas parcerias.

Investimentos em Tecnologia suportam a ampliação da operação de equipamentos e a diversificação de negócios

Consolidada no segmento de seguros de equipamentos agrícolas, a JDT quer mais. Em 2022 deu início à comercialização do Seguro Agrícola, numa operação liderada por Luiz Carlos Meleiro, executivo com mais de 40 anos no mercado, como atuação em grandes companhias como Allianz e Itaú Seguros, já tendo sido presidente da Comissão de Seguros Rurais da Fenseg.

Este ano, um dos focos da companhia é desenvolver-se no mercado de Vida e Benefícios, buscando ofertar às empresas clientes uma solução completa em seguros, sempre considerando as especificidades do setor agrícola. A fim de alavancar essa operação, a JDT vai trazer uma profissional com grande expertise no segmento que irá gerenciar a área.

“Para dar suporte à ambição da companhia, temos realizado grandes investimentos em Pessoas, Tecnologia e Processos, o que tem contribuído muito para a confiabilidade da operação e para o fortalecimento da nossa Governança”

Pensando na expansão territorial, a empresa tem investido alto em hardware e também em softwares, o que inclui a automação de processos, construção de um sistema de gestão e análise de dados, além de dashboards de acompanhamento. “Sabemos que precisamos ser uma empresa data-driven, que toma decisões embasadas a partir de informações consistentes. Precisamos conhecer melhor o cliente final, nos aproximarmos mais dele. Acredito que este seja um desafio para todo o mercado segurador e desejamos estar à frente dessa transformação junto com as seguradoras”, explica Juliana.

“PESSOAS SÃO A ALMA DO NOSSO NEGÓCIO”, A CRENÇA DE JULIANA TIEDE NAS PESSOAS.



Equipe JDT Seguros

“Relacionamento, confiança, e conhecimento técnico são atributos muito valorizados no mercado de seguros. O time precisa saber encantar o cliente e mais do que isso: o trabalho é um meio de realização importante em nossas vidas e ver as pessoas se desenvolvendo realmente faz o meu olho brilhar”, assim Juliana fala do time.

Justamente em prol do desenvolvimento dos colaboradores, a JDT vem fortalecendo sua área de Recursos Humanos desde 2019, quando iniciou a reestruturação do arcabouço de valores da companhia, as competências essenciais do time e a construção do Plano de Carreiras interno. Esse trabalho vem sendo aprofundado diariamente e, no ano passado, ganhou um reforço de peso: a JDT Academy, universidade corporativa para desenvolvimento de pessoas com treinamentos, cursos e muito aprendizado.



Assista ao vídeo e conheça o propósito da JDT Academy.

Mas os planos de Juliana são audaciosos: “queremos promover o crescimento individual de todos que fazem parte da nossa equipe e, quem sabe futuramente, multiplicar essa ação para parceiros, clientes e a sociedade como um todo. Acredito que a verdadeira transformação só acontece a partir das nossas escolhas, atitudes e ações. Sejam protagonistas das nossas histórias!”, completa a executiva, citando uma frase que a própria escreveu e que afirma ser um norte em sua vida:



“O meu legado não será determinado pelos bens que deixarei, pela organização que liderei, pelos recordes que atingi ou pelos produtos que desenvolvi, mas pelas vidas que influenciei e pelos líderes que formarei”

Juliana Tiede, CEO JDT Seguros

COM A PALAVRA, AS **SEGURADORAS PARCEIRAS** DA JDT SEGUROS

“Me sinto muito honrado em fazer parte da história da JDT e da Juliana há tantos anos. Ela é uma mulher de fibra, que valoriza as relações e não abre mão da confiança. Hoje, a JDT Seguros é uma grande parceira da AXA, numa operação desenvolvida a muitas mãos e totalmente customizada para atendimento às concessionárias de equipamentos agrícolas. Mas não paramos por aí: estamos juntos, apoiando a expansão de negócios para todo o ecossistema Agro. Toda a equipe AXA deseja muito sucesso para todo o time JDT. Seguimos juntos”

Antônio Viana, Diretor Comercial Regional Sul, Rio de Janeiro e Espírito Santo da AXA no Brasil



“Para nós da HDI, a parceria com a JDT Seguros é de grande relevância, pois eles possuem uma ampla atuação em diversos segmentos, dentre eles, o de automóvel, o residencial, o de equipamentos agrícolas, o de vida em grupo, empresarial, o de frota e muitos outros. Consideramos a JDT Seguros um importante elo entre nós e os clientes, valorizamos muito a sua dinâmica de trabalho e estamos continuamente atentos para auxiliá-los com a geração de novos negócios e recursos que possam contribuir para o desenvolvimento do trabalho no dia a dia. Desejamos ainda mais sucesso para a JDT Seguros e muitos mais anos da nossa sólida parceria.”

Paulo Ricardo Cesario Costa, vice-presidente Comercial da HDI Seguros



“A JDT Seguros é parceira de longa data da Liberty e é um prazer poder celebrar os 15 anos de uma corretora tão importante para a companhia e para o mercado.

Nos últimos sete anos, nosso trabalho junto à JDT tem sido muito frutífero e, graças à proximidade e transparência que construímos juntos na gestão dos negócios, registramos um crescimento sustentável para ambas as partes. Temos muito orgulho de fazer parte da história da JDT como uma de suas principais parceiras no segmento de equipamentos agrícolas e, em nome de toda a Liberty Seguros, gostaria de desejar ainda mais sucesso para essa empresa que é tão essencial para o setor.

Paulo Russo, diretor do Canal Concessionária na Liberty Seguros



Saiba mais:



jdtseguros.com.br



Imprevistos podem acontecer, mas a Seguros SURA garante soluções para todos os tipos de negócio.

Criado para atender especialmente a pequenas e médias empresas (PME), o Seguro Empresarial SURA oferece coberturas customizáveis para cada negócio. Com assistência 24 horas, nos 7 dias da semana, a solução resguarda as empresas contra imprevistos, como: incêndios, roubos, furto qualificado, desastres da natureza*, entre outros. E ainda garante check-up empresarial no Plano de Assistência Completo!

Quais as vantagens?

- ✓ **Melhor critério de contratação:** 1º risco absoluto para riscos de até R\$ 5 milhões.
- ✓ **Indenizações de até R\$ 10 mil** pagas em até 7 dias (possibilidade de dispensa de vistoria).
- ✓ **Mais de 40 coberturas** com amplos limites de contratação.
- ✓ **Novidade:** alteração do sublimite na cobertura de Roubo e Furto Qualificado de Bens para celulares/smartphones, smartwatches, tablets e notebooks, até 100% do LMI contratado para a cobertura (limitado a R\$ 30 mil)



*Vendaval, furacão, ciclone, tornado e granizo.





AS CHUVAS DO LITORAL NORTE E A FUNÇÃO SOCIAL DO SEGURO

POR: EMIR ZANATTO
CEO da TEx

Nesse carnaval não fomos para Ubatuba. Embora sempre passemos feriados e férias por lá desde que me conheço por gente, dessa vez optamos por não ir. Mas não conseguimos pensar em outra coisa que não as impressionantes chuvas que caíram sobre o Litoral Norte de São Paulo e tiraram dezenas (ou centenas) de vidas, destruíram casas, estradas, carros e tudo o mais que estava pelo caminho.

A triste realidade é que todo ano vemos desastres como esse acontecendo país afora. Porém, quando algo acontece em um

local que é mais próximo para nós, que faz parte da nossa história de vida, o evento parece ficar mais concreto – e ainda mais chocante.

Dessa forma, não teve um almoço ou encontro com os amigos em que esse evento não tenha sido mencionado. Dentre as tantas e tão variadas facetas de uma tragédia como essa, surgiu o debate sobre como as pessoas que tinham seguro de alguma forma puderam ter uma espécie de alívio diante de todo o ocorrido.

Dado que felizmente não perdemos nenhum amigo ou familiar, os relatos que nos chegaram se restringiam a perdas de bens materiais – e para isso, ainda bem, existe o Seguro.

Debatemos sobre o fato de que as pessoas que trabalham com as Seguradoras se dirigem justamente ao centro do problema, enquanto todos tentam, com razão, dele se afastar. E essas pessoas chegam no local com a solução, independentemente do cenário

No momento em que começou a chover, a estrutura das Seguradoras foi deslocada para o litoral. Não só para remover os veículos, mas também para imediatamente regular os sinistros e liberar os pagamentos aos Segurados. Não esperaram a quinta-feira ou o início do próximo mês. Se anteciparam. Foram a solução. Houve inclusive empresas que atenderam não Clientes para garantir e mostrar o poder do Seguro.

Na esfera não governamental são essas as figuras da sociedade que atuam para mitigar e conduzir da melhor forma o evento, que por si só já deixará traumas. Isso joga luz sobre a função social do Seguro e sobre os excelentes exemplos de cuidado com o Cliente dentro do nosso mercado.

Foi-se o tempo em que o consumidor pensava: “seguro é gasto de dinheiro” ou “pago seguro e na hora de usar não cobrem”

É nossa responsabilidade ir além e, a partir de atuações como essas, de Corretoras, Seguradoras, Prestadores, Vistoriadores, Reboques e Assistências, mostrar que o mercado de Seguros é fundamental na vida das pessoas. Essa é a Indústria de Seguros. Isso é a cultura de Seguros.

Temos como responsabilidade levar isso adiante!

E a todos os profissionais de Seguros que atuaram para que a população tivesse um amparo na tragédia do Litoral Norte de São Paulo: parabéns e muito obrigado!

LANÇAMENTO SEGURO BIKE

Compra 100% Digital

Acesse: assegurou.com.br/bike



assegurou **BIKE**

Fator Seguradora



A Fator Seguradora anunciou a nomeação de **Silvio Steinberg** como novo Diretor Técnico de P&C da companhia. Steinberg será responsável por impulsionar o desenvolvimento de produtos, pela subscrição e desempenho técnico das linhas de negócios de Propriedades e Responsabilidades.

Marsh McLennan



A Marsh McLennan (NYSE: MMC) anunciou a nomeação de **Ricardo Brockmann** como CEO da Marsh McLennan América Latina e Caribe (LAC), além de suas responsabilidades liderando a Marsh na região, a partir de 1º de março 2022.

Alfa Seguros



A Alfa Seguros anuncia **Livio Bellandi** como novo superintendente de Vida. Com mais de 30 anos de atuação no mercado segurador, o executivo terá a missão de reforçar no mercado, junto aos corretores, os diferenciais dos produtos de Pessoas do Alfa, principalmente nos segmentos de Acidentes Pessoais e de seguros para Convenções Coletivas e Sindicatos.

Akad Seguros



A Akad Seguros comunica o nome de **Mariana Bruno** como nova head de E&O e Cyber da companhia. Os produtos estão entre os mais estratégicos para a seguradora, que é líder nacional em Responsabilidade Civil Profissional e inaugurou seu serviço de proteção de cibersegurança para pequenas e médias empresas no final do ano passado.

HDI

A HDI Seguros, uma das principais seguradoras do país, anuncia a chegada de dois novos executivos à companhia, **Patricia Siequeroli**, como diretora de Gestão e Planejamento Comercial, e **André Truzzi**, como diretor de Novos Negócios e PMO.



Sompo Seguros

A Sompo Seguros S.A., subsidiária da Sompo International, anuncia **Cristiane Martins** para o cargo de Diretora Atuarial e de Gestão de Riscos e **Felipe Prado Ribeiro** como Diretor Técnico responsável pelas áreas de Produto Automóvel, Equipamentos Massificado, Produto Responsabilidade Civil e Produto Agricultura.



It'sSeg

A It'sSeg anuncia a promoção de **Karina Andrade** como diretora nacional de ramos elementares. **Pedro Bulsoni** foi alçado ao posto de superintendente comercial da região Sul, responsável também pela unidade de Curitiba da corretora.



REGULA

Sinistros

Sabe quanto você gasta para cuidar de sinistros na sua corretora?

Mais de **R\$40 mil por ano** com apenas **1 colaborador!**

Cuide da parte **COMERCIAL** do sinistro e deixe o **OPERACIONAL** com a gente!

- ✓ **Aviso de sinistros;**
- ✓ **Guinchos, taxis, carros reservas;**
- ✓ **Agendamento de vistorias constatação;**
- ✓ **Acompanhamento de oficinas e reparos;**
- ✓ **Orientação sobre documentos;**
- ✓ **Procedimentos da CIAs;**
- ✓ **Acompanhamento de Indenizações;**
- ✓ **Atendimento e acordos de terceiros;**

TUDO EM NOME DA SUA CORRETORA

Com o **Regula Premium 5** você tem atendimento para:

- ✓ **AUTO - RE - VIDA - FROTA - RC**

Tenha um departamento de sinistros completo por apenas **R\$845,00* por mês** e tenha **uma economia de mais de 50%** com sinistros na sua corretora.

CONTRATE JÁ

 **(11) 91293-7676**

 **www.regula.com.br**  **@regulasinistros**

FAÇA PARTE DA NOVA GERAÇÃO DE CORRETORES



○ CORRETOR DE SEGUROS EMPREENDENDO E VENDENDO COM A METANOIA

POR: DANIEL BORTOLETTO

CEO da Regula Sinistros

A profissão de corretor de seguros para mim é uma das mais nobres da nossa sociedade. Tudo o que conquistamos, seja o que for, podemos perder de uma hora para a outra, devido a um evento aleatório, sem data e hora para acontecer e que pode mudar tudo em nossas vidas. Nesta hora quem você deveria consultar para blindar tudo isso? Certamente um corretor de seguros é uma excelente opção. Um profissional estudado, altamente regulado, preparado pelas maiores companhias e instituições de ensino do mercado.

A profissão vem evoluindo a cada dia. O corretor deixou de ser um simples vendedor e passou a ser um empreendedor com visão, com estratégia e cada vez mais cobrado com resultados efetivos. Afinal, ele representa as maiores companhias seguradoras do setor, sendo o canal legítimo de distribuição, apesar de dividir espaço com novos meios de venda de seguros.

Graças a desenvoltura deste profissional, muitas tarefas administrativas e sem qualquer viés com a sua essência primária comprometem a sua produtividade, dando brechas e espaços para vendas diretas online.

O mercado brasileiro está cheio de oportunidades. Afinal, são quase 218 milhões de brasileiros, com uma frota segurada de apenas 19,7 milhões de veículos e 11 milhões de residências. Poucos atuam nesse hiato por falta de tempo, conhecimento e até um certo comodismo por estar consolidado no mercado.

Para ser um corretor de seguros é preciso ser habilitado, ter sua Susep, que pode ser de todos os ramos ou apenas de benefícios. Sabemos ainda que temos a Escola de Negócios e Seguros (ENS), que oferece o curso preparatório, superexigente e sério. Nela, temos também a opção de realizar uma prova e ter o certificado.

Esse curso é extremamente importante. Você sai com um vasto conhecimento do mercado, mas não te ensinam a ser um empreendedor e nem a vender. É aqui que eu acredito que a Metanoia possa te ajudar.

A Metanoia é uma espécie de Canvas para negócios. Ela te mostra um verdadeiro mapa de como você pode construir a sua Rota do Ouro. Neste texto, vou me atentar a te mostrar como construir a sua Rota do Ouro.

Todo negócio na sua maioria nasce com o objetivo de sucesso. Logo, uma empresa precisa ter sua Rota do Ouro, um plano de como sair do marco zero e chegar ao sucesso. Sugiro você pegar um papel e colocar de um lado o nome da sua empresa e do outro lado a palavra sucesso.

Existem muitas formas de sucesso, mas a Metanoia sugere que você tenha três pilares a serem desenvolvidos para alcançar seu objetivo. Ela destaca: cenário, foco e, claro, clientes. Na sua folha, como uma Rota, destaque esses três pilares e vamos trilhar juntos.

Imagine você se formando na ENS e como você pode desenvolver uma nova estratégia de vendas para um novo produto. Esse processo de imaginação, se fizer sentido na sua mente, a metanoia o trata

de cenário. Ele se concretiza quando você sai do campo imaginário e começa a buscar informações para colocar em prática a sua Rota do Ouro.

Despertei imaginando que gostaria de vender seguro saúde, um produto que gera comissões excelentes, se for empresarial posso ter vitalícios, tenho uma excelente carteira de auto, mas raramente eu me dedico a outros produtos. Como fazer?

Vai precisar, com certeza, se dedicar, estudar sobre os produtos disponíveis, negociar com as companhias, particularidades, especificidades, treinamentos e um ponto super importante que pode definir o seu sucesso ou o seu fracasso: muitas decisões e informações serão definidas neste momento. É aqui que você ativa o segundo pilar da sua Rota do Ouro, o Foco, para quem eu quero vender?

Essa informação é de extrema importância, uma vez que eu defino o meu Foco, a minha PERSONA, com certeza eu serei mais eficaz em atingir meus objetivos. Eu consigo vender para todos? Eu vendo apenas por indicação? Assim eu consigo atingir meus objetivos, minhas metas? Ou se eu definir que vou atuar com pequenas e médias empresas, será que terei mais sucesso?

Todo desafio de uma corretora de seguros é de como vender mais? Quando eu não tenho uma estratégia, um Foco, vendo somente para o que aparece não gera uma sensação “de acaso”?

Mas se eu tenho uma Rota do Ouro, eu tenho um cenário muito claro de como funciona o mercado. De produtos, posso contar com o apoio das companhias na hora da venda, sou habilitado, agora eu sou um empreendedor. Criei um plano de metas para a minha empresa, com um cenário muito bem montado, com um foco muito claro de que tipo clientes eu quero atuar, tudo não parece que agora só depende de você?

Se eu definir que quero atuar com pequenas e médias empresas, se eu acrescentar que quero empresas de determinado segmento (atualizei o meu cenário e o foco) ficou até mais fácil de como posso prospectar essas ‘personas’.

Não muito raro, vemos nas redes sociais corretores postando suas ofertas de produtos em grupos de corretores de seguros. Será que isso vai trazer algum negócio para ele? Será que se ele tivesse um Foco claro de quem ele quer conquistar, com um cenário riquíssimo de informações, ele faria esse tipo de postagem? Quantas vezes você postou algo da sua corretora nas redes sociais e gerou resultado?

Com seu foco claro, quem é o tomador de decisão de pequenas e médias empresas? O dono? O diretor comercial? O diretor financeiro ou o Diretor, Gerente de RH? Percebe aqui mais informações para o seu cenário, uma vez identificado esse ‘persona tomador de decisão’, por que não mandar uma mensagem direta para ele se apresentando?

Gostaria de recomendar dois livros: a “Metanoia”, de Roberto Tranjan, e o “Receita Previsível”, dos autores Aaron Ross e Marylou Tyler. No “Metanoia”, você vai ampliar e fixar os conceitos da Rota do Ouro e da Arca do Tesouro. Enquanto na obra “Receita Previsível”, o leitor vai descobrir o passo a passo de como realizar uma prospecção poderosa, como construir sua máquina de vendas e prospectar novos clientes nos dias de hoje.

Agora que definimos o nosso Foco, já sabemos como podemos prospectar pessoas alinhadas com os nossos produtos, temos um cenário mais poderoso. Será que podemos fechar a Rota do Ouro?

Todas as empresas precisam de clientes para prosperar. Logo, se você tem Cenário, Foco e Clientes, você tem uma Rota do Ouro definida. Mas para ela ser efetiva, você precisa ter clientes fidelizados.

Imagina você iniciar todos os meses com uma receita garantida, previsível, não depender mais das renovações ou se está iniciando suas atividades como corretor, se vai ter que vender muito para pagar as contas no final do mês. Claro que precisamos vender sempre, mas altos e baixos acontecem nas áreas comerciais.

Poder ter uma receita previsível ajuda até na tomada de decisões. Logo, comercializar produtos com vitalícios é extremamente importante para uma corretora de seguros. Você pode dizer que a sua corretora é um sucesso se tiver clientes gerando receitas mensalmente para ela. Isso é cliente fidelizado.

Uma outra dica é vender mais produtos para os seus clientes ativos, o tal do “crosseling”. Colocar a pessoa que mais entende de coberturas e benefícios da sua corretora, a que cuida de sinistros para desenvolver um “Quadro Persona” e o pós-venda.

Imagine você definindo um padrão de DM e DC de suas apólices, ligar para todos os seus segurados oferecendo coberturas maiores, blindando-os de futuros problemas por falta de IS. Mas, quando ligar, estar com a proposta personalizada, já com valores e forma de pagamento para ele contratar na hora. Essa é a dica.

Olha o que isso pode proporcionar para a sua corretora. Se abordar com o sentimento genuíno de preocupação da sua empresa para com seu cliente, esse negócio vai gerar nova comissão que só viria na renovação. Não será apontado por seus clientes que você só liga nas renovações, ainda, apresentar para seus segurados os benefícios que ele contratou que nunca são utilizados, somente em casos de necessidades. Imagine ligar para o seu segurado dizendo que ele tem direito a fazer uma limpeza de caixa d'água? Aqui você ainda pode transformar despesa em receita. O custo do seu agente de sinistro sendo convertido em receita por ele identificar nova oportunidade de negócio por realizar esse pós-venda, divulgar que a corretora trabalha com outros produtos. Todas essas iniciativas têm o claro objetivo de estreitar o relacionamento, definir o perfil do segurado e oferecer soluções que nem ele imagina que precisa, alinhadas com o seu estilo de vida. A relação do corretor com o segurado é apoiada em confiança e aqui fica claro que essas iniciativas podem ser poderosas.

Fico super feliz em poder dividir esse conhecimento com os corretores de seguros, leitores da revista **Seguro Nova Digital** e finalizar que um bom planejamento construindo com esse tipo de propriedade tem enormes chances de sucesso. Raramente vemos uma oportunidade de termos um mapa dos pontos que precisamos desenvolver para se atingir um objetivo. Eu tenho convicção de que se você mergulhar em estudar, montar um cenário bem informado, ter clareza e determinação no Foco que deseja atuar e prospectar com técnicas como as da Receita Previsível, você vai conquistar no médio e longo prazo clientes fidelizados e terá a sua Rota do Ouro.

Só não podemos esquecer que para trilhar a Rota do Puro você vai precisar da Arca do Tesouro e eu vou te ajudar a identificar se você já tem ou precisa construir.

SUCESSO A TODOS.

QUER DIVERSIFICAR E POTENCIALIZAR SUA CARTEIRA? **NÓS TEMOS UM PLANO.**

Conte com a Delta Global para oferecer a melhor experiência em tecnologia e Assistência 24h especializada em frotas.

Atendemos as maiores transportadoras do Brasil e as maiores seguradoras do mundo.
Faça parte da inovação, seja Delta.

Nos chame no WhatsApp!



VAMOS BATER UM PAPO?
SAIBA MAIS SOBRE NOSSOS
PRODUTOS E SERVIÇOS
E POTENCIALIZE SUAS VENDAS.

• deltaglobal.com.br/corretor





A IMPORTÂNCIA DA **AUTOMATIZAÇÃO** DA SUA **CORRETORA DE SEGUROS!**

VEJA COMO GRANDES PLAYERS DO MERCADO TÊM UTILIZADO DA TECNOLOGIA PARA FACILITAR VENDAS, ECONOMIZAR TEMPO E AUMENTAR A PRODUTIVIDADE

GTI SOLUTION

Você se lembra como nossa vida era analógica há alguns anos? Não precisamos buscar lembranças muito antigas para nos recordarmos de que tínhamos de alugar vídeos em DVD para assistirmos filmes, telefonávamos para encomendar uma pizza e durante muito tempo tivemos de lidar com papelada diariamente em inúmeras situações da nossa rotina.

Pois é, empresas de todos os ramos também estavam acostumadas a lidar com o mundo de maneira analógica e até manual. Entretanto, a popularização da Internet permitiu que tarefas diárias fossem facilmente automatizadas! Marcas famosas por seus produtos de qualidade e com fãs fiéis, diariamente utilizam da tecnologia em seus processos administrativos para fazer um

serviço de qualidade, com ótimo atendimento ao cliente, redução de erros e aproveitamento de novas oportunidades.

A marca mais popular de bicicletas presente no Brasil utiliza do poder de um sistema de gestão para cuidar dos processos administrativos diários de seus negócios. Quem não se lembra do tradicional comercial:

“Não esqueça a minha Caloi”

Até mesmo os que nem se interessam por bicicletas gostam desse slogan. Entretanto, como todo empreendedor sabe, um marketing de qualidade requer um bom trabalho de gestão empresarial por trás.

Atualmente, todos os dados administrativos da Caloi no que diz respeito a vendas, clientes e parceiros são integrados por um sistema de gestão para garantir um fácil acesso por colaboradores das mais diversas áreas. Por meio de uma plataforma online, funcionários da Caloi podem consultar em tempo real a qualquer momento como anda o inventário e estoque da marca, visualizando com rapidez importantes informações sobre o produto e até mesmo a jornada de compra de cada cliente que adquire um produto da marca.

Outra grande empresa que usa de um CRM, ou sistema de gestão, para facilitar processos burocráticos do dia a dia é o iFood. Cada vez mais famoso por conta da facilidade em oferecer diversos tipos de refeições por delivery, sempre com cupons de descontos atrativos e promoções para todos os públicos, a marca adotou o uso desse tipo de plataforma já em 2017.

A ferramenta utilizada pela empresa permite que negócios possam ser fechados com novos parceiros de maneira totalmente digital, desde a permissividade de concentração de informações em um único software até o envio de documentos e



Zigbim, personagem criado e adotado nos comerciais da empresa a partir de 1978

assinatura de contrato por internet, reduzindo papelas e inclusive garantindo a segurança de dados de todos os envolvidos na negociação comercial.

Amazon, Google, Vivo e até American Express são mais algumas das marcas que já afirmaram publicamente que utilizam de sistemas de gestão para facilitar vendas e gestão de clientes em suas rotinas. E já que grandes empresas como essas não abrem mão da tecnologia para fazer negócios com segurança, não dá pra sua corretora de seguros ficar para trás né?

Afinal, o que é um CRM se não o melhor facilitador do trabalho de uma corretora? Com a ajuda dessa tecnologia para automatizar suas atividades, se torna bem mais simples ter tempo para dedicar-se a planejar estratégias, estreitar o relacionamento com clientes e claro, oferecer soluções mais eficientes aos seus segurados e novos leads.

Utilizando o sistema de gestão do Ping Seguro, você pode administrar todos os seguros da sua corretora em uma plataforma com layout simples, ágil e de fácil utilização. Faça já um teste grátis de 7 dias em:

www.pingseguro.com.br

DOMINANDO O VOLANTE



COMPORTAMENTO DAS MULHERES NO TRÂNSITO DEIXA O VALOR DO SEGURO AUTO MAIS BAIXO PARA O PÚBLICO FEMININO EM RELAÇÃO AOS HOMENS

SERGIO VITOR GUERRA

A média do valor do seguro de automóvel para mulheres é menor em comparação aos homens. Para chegar nessa média de preços, as seguradoras levam em consideração fatores como idade, histórico de sinistros, cidade e valor do veículo. Nesse sentido, o que diferencia o público feminino do masculino?

O especialista Manes Erlichman, vice-presidente e diretor técnico da Minuto Seguros, explica que é de conhecimento do mercado a diferença de comportamento entre os gêneros no trânsito. “As mulheres são mais cautelosas na direção do que os homens, registrando menos sinistros e até se envolvendo menos em acidentes e colisões”. Esses fatores, segundo ele, refletem diretamente no valor do seguro para o público, “que tende a pagar menos que os homens mesmo em regiões consideradas mais caras”, complementa.

No Brasil, as mulheres estão cada vez mais interessadas em obter sua carteira de habilitação. É o que aponta a Associação Brasileira de Medicina de Tráfego (Abramet), com dados da Secretaria Nacional de Trânsito (Senatran). Até março de 2021, o Brasil contava com 25,8 milhões de motoristas mulheres, o equivalente a 35% do total de Carteira Nacional de Habilitação (CNH) do país.

“De fato, ao longo dos anos tem aumentado a contratação de seguros por mulheres, bem como a inclusão de mulheres na relação de condutoras adicionais”, destaca Erlichman. As seguradoras, observando esse movimento, começaram a desenvolver produtos mais personalizados, o que acaba, de acordo com o especialista, tendo apoio do momento de avanço tecnológico do setor.

O diretor da Minuto Seguros destaca também que o seguro auto para o perfil feminino tem a mesma base do perfil masculino e oferece as mesmas proteções contra roubo, furto e colisões, por exemplo.

“Além disso, existem também os mesmos tipos de assistência, como guincho e carro reserva. Acontece que, em algumas seguradoras, é possível encontrar outros níveis de personalização para o produto, indo de acordo com alguma necessidade extra da cliente ou trabalhando promoções específicas para o público”, conclui o especialista.

MARKETPLACE DE SEGUROS WHITE LABEL

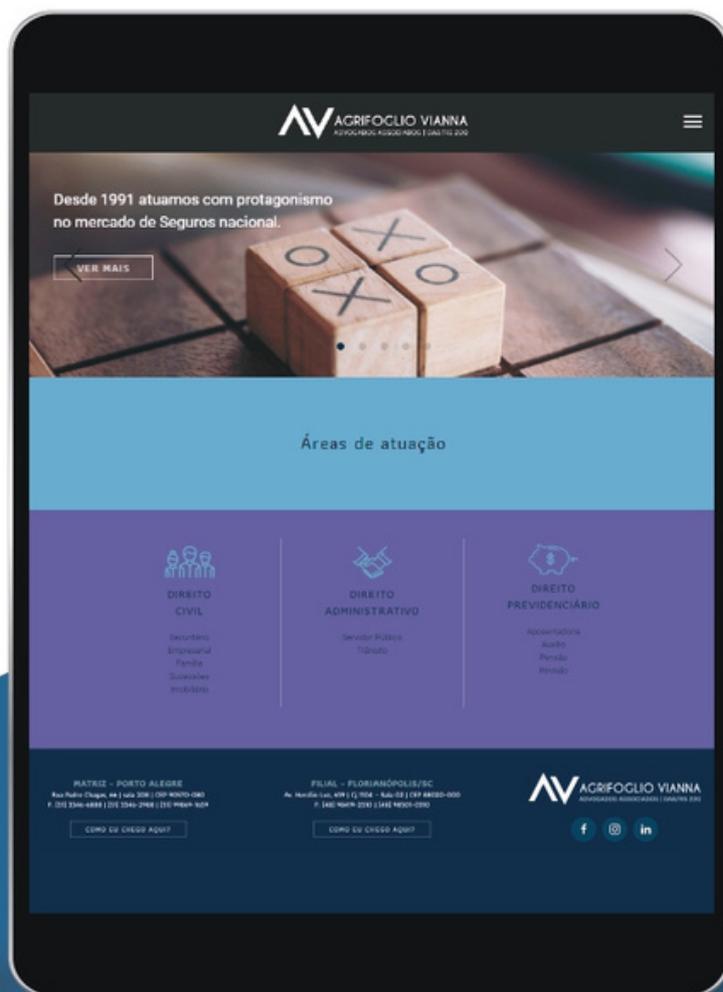
SOMOS O FACILITADOR DO PROCESSO DE VENDAS DE SEGUROS, DENTRO DO CANAL DO CLIENTE.

A PDVBox permite agilidade no desenvolvimento, lançamento de produtos de forma totalmente on-line





30 anos
de expertise
em Soluções
Jurídicas
no Ramo
Securitário



Use o QR Code

Acesse nossos
canais de
comunicação