

SEGURO NOVA DIGITAL

43ª EDIÇÃO - MAI/2024



SEGURO CATÁSTROFE

**Mercado propõe a criação de
reserva que visa indenizar
famílias afetadas por
fenômenos climáticos**



ENTREVISTA: MERCADO
DEVE EXPLORAR TODOS OS
CANAIS POSSÍVEIS DE
COMUNICAÇÃO P. 14

SEGUROS DE EVENTOS
CLIMÁTICOS: TODOS
GARANTEM A MESMA
NATUREZA DO RISCO? P. 42



A Berkley Brasil Seguros é reconhecida por sua especialização e tradição no Seguro RC Profissional.



Fale com o seu executivo comercial ou acesse
o site www.berkley.com.br para saber mais!

Berkley. Confiabilidade e agilidade para seus negócios.



@berkley_brasil



berkley.brasil



@berkley-brasil-seguros



Berkley Brasil Seguros

A aceitação da proposta de seguro está sujeita à análise do risco. O registro do produto é automático e não representa aprovação ou recomendação por parte da Susep. O segurado poderá consultar a situação cadastral do corretor de seguros e da sociedade seguradora no sítio eletrônico www.susep.gov.br. BERKLEY INTERNATIONAL SEGUROS S.A. CNPJ nº 07.021.544/0001-89. Contatos da Berkley: SAC 0800 777 3123, E-mail: comercial@berkley.com.br. Ouvidoria 0800 797 3444 – E-mail: ouvidoria@berkley.com.br. Horário de atendimento: 1) SAC - 24hs e sete dias por semana 2) Ouvidoria - das 9h00min às 18h00min, de segunda-feira a sexta-feira, exceto feriados nacionais. Caso queira remover o seu contato de nossa lista de e-mails e não receber mais os nossos comunicados, manifeste o seu interesse escrevendo para: berkleycomunica@berkley.com.br

SERGIO VITOR GUERRA



Editor
MTB 89.595
svitor@seguronovadigital.com.br

**FERNANDA DE O.
E OLIVEIRA**



Relações Públicas
foliveira@seguronovadigital.com.br

EMIR ZANATTO



Colunista
CEO da TEx

Todos devem contribuir?

A

tendência global de catástrofes naturais era tratada com pouca seriedade no Brasil. O país, como se tivesse recebido uma benção divina, sempre foi tido como um lugar alheio a todos os desastres que ocorrem pelo mundo.

Recentemente, as chuvas na Bahia e a tragédia de Petrópolis que matou 240 pessoas em 2022 são exemplos de que o caso do Rio Grande do Sul não é isolado.

Exatamente 10 dias antes do início das chuvas que afetaram quase 95% das cidades gaúchas, representantes do setor de seguros apresentaram no Congresso Nacional propostas para mitigar os riscos de um evento climático extremo.

Em 2023, as catástrofes climáticas geraram prejuízos globais da ordem de US\$ 380 bilhões, dos quais US\$ 118 bilhões foram indenizados pelas seguradoras. O Swiss Re Institute estima que as perdas seguradas podem dobrar nos próximos dez anos à medida que as temperaturas e as tempestades aumentam e os desastres se tornam mais frequentes e intensos

No ano passado, o Brasil registrou 1.700 municípios afetados por eventos climáticos, prejudicando 8 milhões de pessoas. A certeza de que o país não é um abençoado, pelo menos não a tudo que se refere a desastres ambientais, reacende o debate sobre a criação de um seguro catástrofe para amparar as famílias diretamente impactadas por um evento. A ideia é que toda a sociedade contribua para esse 'fundo' de atendimento às vítimas.

O mercado de seguros é um dos protagonistas dessa discussão global que é destaque nesta edição. Além desse tema, a revista traz conteúdos exclusivos como a entrevista com importante executiva sobre a comunicação que o setor faz com a sociedade e a importância do seguro garantia para o novo PAC, programa do governo federal para obras de infraestrutura pelo país.

Bons negócios!

Sergio Vitor Guerra

Imagem de capa criada por
Inteligência Artificial via freepik

SEGURO
NOVA DIGITAL

CNPJ: 35.032.476/0001-99

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

Email: contato@seguronovadigital.com.br

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

14

ENTREVISTA

HUMANIZANDO A
COMUNICAÇÃO NO
MERCADO DE SEGUROS

24

FICA A DICA

O QUE É PARENTALIDADE
CONSCIENTE? EXECUTIVA
DO MERCADO DE
SEGUROS MUDOU SUA
CARREIRA POR CAUSA DO
MODELO

42

ARTIGO

O PAPEL DO SEGURO
NO DESASTRE DO RIO
GRANDE DO SUL

18

CAPA

O "DPVAT" PARA
COMBATER OS DESASTRES
CLIMÁTICOS

32

ESPECIAL

SEGURO PARA AS OBRAS
DO NOVO PAC
ALAVANCAREM

50

TECNOLOGIA

COMO RENOVAR SUA
CORRETORA DE
SEGUROS E SE
DIFERENCIAR DA
CONCORRÊNCIA

Grupo Exalt, sua corretora no próximo nível.

Há 14 anos promovendo soluções
que garantem o desenvolvimento
e crescimento sustentável de
corretoras de seguros.



Faça parte do **Grupo Exalt**
e conte com soluções
exclusivas e personalizadas
para você e sua Corretora!

- ✕ Células de BackOffice e Sinistro
- ✕ Programas de Desenvolvimento Personalizados
- ✕ Gestão Comercial Dedicada
- ✕ Mais de 200.000 segurados em todo o Brasil

exalt
GRUPO

grupoexalt.com.br



Emir Zanatto, host do RodaCast e Erika Medici, CEO da AXA, no episódio de estreia

Entrevistas no Topo

A AXA no Brasil lançou os primeiros episódios do RodaCast, projeto que é parte da proposta de valor da companhia com uma série em formato de videocast. Patrocinadora da maior roda-gigante

da América Latina, a Roda Rico, em São Paulo, a seguradora decidiu aproveitar a cabine personalizada para gravar os conteúdos do programa. Todos os episódios contam com apresentação de Emir Zanatto, CEO da TEx, e têm aproximadamente 30 minutos de duração.

“O objetivo do projeto é levar informação por meio de conversas descontraídas com grandes especialistas do mercado, sempre com temas que permeiam o dia a dia das corretoras e profissionais. Os conteúdos não estão relacionados apenas ao seguro em si, também falamos sobre assuntos que fazem parte do mundo dos negócios de maneira geral”, vice-presidente comercial e de marketing da companhia

Auxílio para afetados no RS

A Delta Global criou dois e-books informativos gratuitos para auxiliar as pessoas que foram afetadas pelas enchentes do Rio Grande do Sul. Um deles traz instruções sobre os cuidados com a saúde após o contato com a água contaminada e o outro é um guia que contempla orientações práticas sobre auxílios para os quais as vítimas têm direito.

O manual “Recomeçar” traz uma lista detalhada com programas e benefícios do governo e iniciativas solidárias que podem ser acessadas, como a solicitação de segunda via de documentos, o acesso a medicações de forma gratuita e a prorrogação de prazos processuais. Já o “Guia de Cuidados com a Saúde Durante e Pós-Enchentes” oferece informações sobre doenças que podem ser contraídas pelo contato com a água e cuidados que devem ser tomados dentro e fora das casas atingidas.



“Diante da situação lamentável que o nosso estado vem enfrentando, resolvemos contribuir para a sociedade através da elaboração de materiais que pudessem centralizar informações relevantes neste momento, apoiando os gaúchos de forma prática e útil”, comenta Fernanda Rauber, analista do setor jurídico da Delta Global.

Os e-books podem ser acessados no site e no blog da Delta Global: blog.deltaglobal.com.br

O EMPODERAMENTO TECNOLÓGICO

que faltava para o seu negócio!

Inteligência de dados ÔnTech a favor do negócio!

O que fazemos?

Nós focamos no cliente e suas características, ajudamos a ofertar o produto certo para a necessidade correta.

Como fazemos?

1º Passo: Utilizamos IA para analisar dados e definir a persona e suas necessidades.

2º Passo: Jornada de Compra LowCode, com personalização rápida e fácil, aumentando vendas e ajudando seguradoras a evoluir seus produtos.

Pra quem fazemos?

Consumidores, Clientes (B2B, B2C, B2B2C) e Seguradoras.

Fale conosco



Assistência 24h



A EZZE Seguros anuncia que passa a contar com os serviços da Resolve Assist, empresa independente, criada pelo grupo de investidores da EZZE.

Focada no cliente, na qualidade da prestação de serviços, na relação de parceria com a rede de prestadores e na experiência dos assegurados, a Resolve Assist atuará inicialmente com as demandas

do Seguro Automóvel e em todas as linhas de serviços e assistências.

Com o apoio do time da EZZE, o projeto é liderado pela executiva Marusia Gomez, que possui mais de 25 anos de atuação no mercado de seguros e assistências 24 horas, tendo atuado como CEO de uma empresa multinacional no Brasil por 10 anos.

Segundo Marusia, o treinamento dos operadores é voltado para o conceito de customer resolution, que mostra a capacidade do time em solucionar as demandas dos clientes. “O operador tem que ter o conceito e o ‘empoderamento’ para resolver a demanda e gerar encantamento ao cliente”.

Premiações de maio



anos, do Rio de Janeiro.

A Seguradora ALM avança com as ações voltadas para as pessoas, e aumenta a demanda dos sorteios mensais, com propósito de levar a conquista de hábitos saudáveis com o Projeto Vida Longa, e a possibilidade de uma extra, com através da Capitalização.

Alexandre Dominguez, CEO da Seguradora ALM, reforça que é preciso envolver a sociedade nesses sorteios, independentemente de ser ou não segurado da companhia. “Já promovemos o PIX Premiado com os nossos segurados, através da Capitalização. Iniciamos as ações voltadas para o Projeto Vida Longa, com objetivo de democratizar não só os sorteios, mas o acesso a uma jornada saudável, atrelada às nossas premiações realizadas mensalmente, no Instagram”.

No mês de maio, a Seguradora ALM contemplou duas sorteadas: a primeira foi com uma balança de bioimpedância através do Projeto Vida Longa, no Instagram @seguradoraalm. Evelyn Inácio Padilha, de 22 anos. Ela é moradora de Criciúma (SC) e estudante de Nutrição. A outra contemplada na Campanha PIX Premiado com o valor de R\$ 30 mil, foi a dona de casa Aliete Lemos, de 84

SEGURO AUTO EZZE

Proteção e tranquilidade para o seu cliente.

Agora você, corretor, pode incluir em seu portfólio o **Seguro Automóvel da EZZE**. Um produto completo para garantir a segurança de quem transita pelas vias do nosso país.



- ✓ Atendimento altamente personalizado
- ✓ Amplas coberturas adequadas conforme o perfil do cliente
- ✓ Sistema on-line simples, prático e que customiza diferentes necessidades

CONDIÇÃO ESPECIAL: SEGURO AUTO EM ATÉ 10X SEM JUROS NO CARTÃO DE CRÉDITO

CONTRATAÇÃO DIRETAMENTE
NO NOSSO CANAL DO CORRETOR

EZZE SEGUROS.
A GENTE
SE IMPORTA.

Seguro de Vida para os jovens

A contratação de seguro de vida vem crescendo no Brasil entre os jovens. Segundo a Icatu Seguros, houve um aumento de 23% na aquisição do produto entre pessoas de 18 a 24 anos e um crescimento de 18% entre 25 a 40 anos. É o que revela o levantamento interno da empresa, que considerou o período de 2022 a 2023.

Ainda de acordo com a seguradora, a participação dos contratados de 25 a 40 anos representava 38% dos clientes da carteira ao fim de 2023. Os jovens entre 18 e 24 anos, 8%. Entre os mais jovens, a presença das mulheres também se destaca. Hoje, elas representam 51% da carteira na faixa etária de 18 a 24 anos.

“Temos visto uma maior conscientização da população em relação à proteção financeira, inclusive nos jovens. E o aumento neste público não só reflete isso, mas também é impulsionado por algumas características desse público. O seguro de vida se trata justamente disso: proteção dos riscos imediatos e das incertezas da vida, algo que tem sensibilizado cada vez mais as pessoas mais jovens, em especial as mulheres”, afirma a Diretora de Produtos de Vida da Icatu Seguros, Luciana Bastos.



Corretora na Brasil Log

Uma das principais corretoras do setor de transporte do país, a Insert Seguros participou da Brasil Log 2024, uma feira que reúne agentes do universo logístico, desde a mão de obra especializada até a movimentação de cargas e outros serviços. O evento, que aconteceu entre os dias 22 e 24 de maio, em São Paulo, contou com a presença de cerca de cinco mil pessoas.

Dentro da Insert, a avaliação é de que a feira representou um momento decisivo para a empresa, pois proporcionou um ambiente para o fortalecimento da sua marca e a expansão dos seus horizontes. Para o Executivo de Contas da Insert, Jean Nascimento, o evento foi fundamental para a corretora se posicionar como líder no mercado de seguros de transporte. “Apresentamos nossas inovações e interagimos diretamente com os transportadores e parceiros”, conta.





A TEM Saúde facilita o acesso a +60 benefícios através do nosso aplicativo



Agendamento de **consultas
médicas, exames e dentistas;**



Benefícios para **farmácias;**



Benefícios para **bem-estar;**



Benefícios para
cuidado feminino;



Benefícios **financeiros;**



Seguros e assistências.



Quer saber mais? Entre em contato com nosso time comercial!



comercial@temsaude.com



COM A PALAVRA

Resiliência e Solidariedade

Emir Zanatto, CEO da TEx

O Rio Grande do Sul enfrenta um dos momentos mais desafiadores de sua história. A maior catástrofe climática já registrada no estado deixou um rastro de destruição que afeta profundamente a vida de milhares de pessoas. Entre essas pessoas, imaginemos Maria, uma mãe de três filhos que perdeu sua casa para as enchentes, e João, um pequeno empresário que viu seu negócio ser levado pelas águas. Embora Maria e João sejam personagens fictícios, suas histórias refletem as experiências reais de muitos que enfrentam essa crise.

Maria e João são apenas dois exemplos entre tantos outros de resiliência e solidariedade que emergem das ruínas da tragédia no Rio Grande do Sul. Eles ilustram a essência humana que se ergue diante da adversidade, inspirando-nos a encontrar forças onde parecem não existir, a buscar apoio onde menos esperamos, e a reconstruir o que foi perdido com ainda mais vigor e determinação.

Frente a essa catástrofe, o mercado de seguros no Brasil se mobilizou como nunca antes. As seguradoras ativaram a maior operação de sinistros da história do país, mas também estenderam a mão para oferecer não apenas compensações financeiras, mas também conforto e esperança àqueles que sofreram perdas incalculáveis.

A tragédia no Rio Grande do Sul não é apenas um capítulo sombrio na história do estado, mas também um ponto de inflexão no mercado de seguros brasileiro. É um lembrete doloroso de que, apesar de nossos melhores esforços, não podemos controlar a natureza. No entanto, podemos controlar nossa resposta a ela. Podemos escolher ser resilientes. Podemos escolher ser solidários. E, acima de tudo, podemos escolher ser humanos.

Que as lições aprendidas neste momento sirvam para fortalecer a resiliência e a solidariedade em todo o setor de seguros, garantindo uma resposta mais eficaz e humana a futuras catástrofes.



Nova experiência digital ainda mais próxima a você

Agilidade e simplicidade para chegarmos juntos ao topo

Ficou ainda mais fácil cotar e emitir apólices com os **Seguros de Responsabilidade Civil Geral e Profissional (E&O) da AXA no Brasil**. Você os encontra disponíveis em nossa plataforma digital.

Ganhe tempo para expandir os negócios e ofereça um atendimento ainda mais consultivo para seus clientes.



**Seja corretor da AXA e conheça nossas vantagens.
Cadastre-se agora!**



Aponte a câmera do seu celular e acesse o Portal do Corretor.

HUMANIZANDO A COMUNICAÇÃO

Um dos pontos centrais para aumentar a percepção da sociedade brasileira sobre a importância do seguro é a comunicação. Nem sempre essa estratégia foi utilizada pelo setor, que por muitos anos se comunicou bem, mas para as mesmas pessoas.

Tatiana Cerezer, diretora de comunicação e marketing da MAPFRE e presidente da Comissão de Marketing da CNseg, defende que o mercado deve explorar todos os canais possíveis de divulgação para desmistificar o seguro.

Em entrevista exclusiva para esta edição, a especialista destacou os esforços que a MAPFRE e o mercado de seguros como um todo vêm fazendo para entrar na vida de mais brasileiros.



Seguro Nova Digital - A penetração do setor de seguros ainda é baixa no Brasil. Um dos principais motivos é a falta de acesso a informações. Como o mercado pode se comunicar melhor com a sociedade?

Tatiana Cerezer - Para melhorar a comunicação com a sociedade, o setor de seguros precisa adotar uma abordagem centrada no storytelling, ou seja, contar histórias envolventes, relevantes e significativas que demonstrem o impacto positivo de ter um seguro na vida das pessoas. Isso quer dizer que, ao invés de simplesmente fornecer informações técnicas e estatísticas, as seguradoras devem compartilhar casos reais de indivíduos que se beneficiaram do seguro.

Para isso, o nosso mercado de seguros precisa adotar uma abordagem mais proativa e acessível na comunicação, o que demonstra a relevância dos investimentos em comunicação e marketing do nosso setor. Isso envolve utilizar canais de comunicação diversos, como redes sociais, campanhas educativas em escolas e comunidades, parcerias com veículos de mídia para divulgação de informações claras e relevantes, e investimentos em programas de educação financeira voltados para o entendimento dos benefícios em situações imprevistas.

Temos que explorar todos os canais disponíveis para desmistificar o que é um seguro. Além disso, é essencial humanizar a comunicação, mostrando empatia e compreensão em relação às preocupações e necessidades. Ao tornar as informações mais acessíveis e compreensíveis, podemos aumentar a conscientização sobre a importância do seguro na vida das pessoas.

SND - Qual é a importância de uma empresa do tamanho da MAPFRE auxiliar nesse processo?

TC - Em primeiro lugar, a força da marca MAPFRE, combinada com sua atuação multiproduto, capilaridade regional e reputação consolidada, proporciona uma plataforma sólida para liderar iniciativas inovadoras em comunicação com a sociedade.

O lançamento da nossa última campanha publicitária multiplataforma, especialmente focada nos produtos Auto, Casa e Vida, é um exemplo tangível desse compromisso. Ao escolher os corretores parceiros como protagonistas, a MAPFRE reforça a mensagem de que esses profissionais desempenham um papel fundamental como consultores, auxiliando os segurados no planejamento financeiro e na proteção adequada. Além disso, neste projeto, abrimos mão da publicidade tradicional por peças e conceitos que valorizam a disseminação sobre seguro, por acreditar na prioridade em conduzir campanhas informativas.

SND - Atuando há cerca de 20 anos no setor, você percebeu que houve evoluções a respeito da comunicação e distribuição do mercado? Se sim, poderia destacar algumas?

TC - Sem dúvida. Ao longo das últimas duas décadas, testemunhei avanços importantes na comunicação e na distribuição do mercado de seguros como um todo. Nesse sentido, a tecnologia desempenhou um papel fundamental, permitindo que as seguradoras melhorassem o

seu relacionamento com os corretores e seus clientes, por meio de plataformas online, aplicativos móveis e canais digitais.

Além disso, a diversificação dos produtos e serviços oferecidos pelo mercado segurador, juntamente com estratégias de marketing mais sofisticadas, contribuíram para uma maior conscientização e aceitação do seguro pela sociedade. A grande transformação foi, de fato, não criar momentos novos para o cliente experimentar o mercado de seguros, mas adaptar nossas soluções em suas jornadas triviais.

Percebemos também, nos últimos anos, um investimento bem relevante das marcas em ações de branding, especialmente pós pandemia, como naming rights, patrocínios globais e criação de experiências exclusivas para o público final, sob a ótica que quanto mais as marcas forem reconhecidas, mais facilitados ficam os esforços dos corretores e mais pessoas, naturalmente, se interessam pelo mercado e em conhecê-lo com mais profundidade.

SND - O corretor de seguros também é um importante agente nessa difusão? Por quê?

“COM TODA CERTEZA, O CORRETOR DE SEGUROS DESEMPENHA UM PAPEL FUNDAMENTAL NA DIFUSÃO DE INFORMAÇÕES SOBRE O NOSSO MERCADO, POIS É ELE QUEM ESTÁ NA PONTA, OUVINDO AS NECESSIDADES DOS CLIENTES”

Como intermediários entre as seguradoras e os segurados, os corretores têm o conhecimento especializado necessário para orientar esses clientes na escolha dos produtos mais adequados às suas necessidades e oferecer um suporte durante todo o processo de contratação e momentos de sinistros.

Sua proximidade com os clientes e sua capacidade de explicar de forma clara e objetiva os benefícios do seguro fazem deles agentes essenciais na disseminação da cultura do seguro e a comunicação das seguradoras precisa reconhecê-los como um pilar à parte, que merece uma dedicação totalmente especial.

SND - Atualmente, o setor de seguros é atraente para profissionais seguirem carreira?

TC - Sim, o setor de seguros oferece diversas oportunidades de carreira para profissionais qualificados, seja atuando em seguradoras, corretoras ou assessorias, por exemplo. Temos um mercado amplo, com muitos concorrentes e ampla possibilidade de mobilidade e crescimento profissional. Com o crescimento do mercado e a diversificação dos produtos e serviços, há uma demanda crescente por talentos em áreas como vendas, marketing, tecnologia da informação, transformação digital, sustentabilidade, gestão de riscos e sinistros, por exemplo, entre muitos outros. Esse é um mercado multifacetado e que abriga profissionais de diversas áreas, com remuneração competitiva e bastante atrativa para que buscam uma carreira sólida e gratificante.

SND - Na sua avaliação, mais gente trabalhando no mercado deve ajudar na percepção do brasileiro sobre a importância do seguro em sua vida?

TC - Sim. O mercado de seguros joga a favor do Brasil. Com mais especialistas disponíveis para orientar os consumidores, será possível esclarecer mais dúvidas, dissipar mitos e mostrar de forma mais eficaz os benefícios do seguro para a proteção financeira e o planejamento do futuro. O seguro é muito mais do que um produto comercial, mas um instrumento de promoção social, que ajuda as pessoas a enfrentarem imprevistos e dificuldades, garantindo a continuidade de suas vidas e a realização de seus projetos mesmo diante de adversidades. Além disso, o seguro promove a cultura da prevenção e da responsabilidade financeira, algo tão pouco valorizado no Brasil, incentivando as pessoas a

se prepararem para o futuro e a protegerem aquilo que mais valorizam.

SND - Nesse aspecto, o que a MAPFRE faz para atrair não só novos profissionais, mas também corretores para atuarem na sua base?

TC - A MAPFRE adota uma série de iniciativas para atrair e reter talentos no mercado de seguros. Isso inclui programas de capacitação e desenvolvimento profissional, oportunidades de crescimento interno, benefícios atrativos, modelos de trabalho flexíveis e uma cultura organizacional que valoriza o trabalho em equipe, a inovação e a excelência no atendimento ao cliente.

SND - Você também é presidente da Comissão de Marketing da CNseg. A federação, em conjunto com outras entidades, têm metas importantes até 2030. O trabalho de comunicação é importante para atingi-las?

TC - Sim, o trabalho de comunicação desempenha um papel fundamental na realização das metas estabelecidas pela CNseg e pelas outras entidades do setor até 2030. Uma comunicação eficaz é essencial para conscientizar a sociedade sobre a importância do seguro, promover a educação financeira, combater fraudes e irregularidades, e fortalecer a confiança do público nas instituições do nosso mercado. Ao colaborar de forma estratégica e coordenada, podemos maximizar o impacto de nossas ações e alcançar resultados significativos para o crescimento e desenvolvimento sustentável do setor.

Durante meu mandato como presidente da comissão, temos realizado uma série de iniciativas com colegas de outras seguradoras e da CNSeg para ampliar a visibilidade do mercado. No ano passado, o presidente Dyogo Oliveira fez um esforço exponencial para estar em praticamente todas as regiões do Brasil, promovendo conversas variadas com jornalistas, o que rendeu mais de 10 mil matérias.



loading...

**ESTÁ CHEGANDO UM NOVO
CONCEITO DE SEGURO**



ALM PAX

0 Seguro para a Vida Toda

O “DPVAT” PARA AS CONDIÇÕES CLIMÁTICAS



Foto: Gustavo Mansur/Palácio Piratini

Setor de seguros é um dos protagonistas na discussão climática e propõe um fundo destinado a indenizar vítimas de tragédias ambientais

Por: Sergio Vitor Guerra

No dia 17 de abril deste ano, representantes do mercado de seguros apresentaram em audiência pública na Câmara dos Deputados propostas de mitigação de danos causados por desastres naturais. Em 2023, as catástrofes climáticas geraram prejuízos globais da ordem de US\$ 380 bilhões, dos quais US\$ 118 bilhões foram indenizados pelas seguradoras. O Swiss Re Institute estima que as perdas seguradas podem dobrar nos próximos dez anos à medida que as temperaturas e as tempestades aumentam e os desastres se tornam mais frequentes e intensos

A indústria de seguros entende que os governos da federação, dos estados e as prefeituras não têm condições de assumir a conta sozinho. Exatamente 10 dias depois do assunto ter sido discutido na Câmara, as chuvas deram início à catástrofe sem precedentes no Rio Grande do Sul.

O saldo de um mês após o início da tragédia no estado está sendo contabilizado. As chuvas aumentaram no dia 29 de abril. As áreas mais afetadas são os vales dos rios Taquari, Gravataí, Caí, Pardo, Sinos e Jacuí, além do Guaíba, em Porto Alegre, e da Lagoa dos Patos, em Pelotas e Rio Grande. Segundo o último relatório da Defesa Civil, o evento climático vitimou fatalmente 169 pessoas, 44 estão desaparecidas e tirou 629,2 mil gaúchos de suas casas.



Castelano Santos, CEO e cofundador da Tech Trail

O evento no Rio Grande do Sul é o mais impactante, mas não é o único. Em 2023, por exemplo, 1.700 municípios brasileiros foram afetados por eventos climáticos, prejudicando 8 milhões de pessoas. A escalada das tragédias no país reacende o debate sobre um seguro para assistir as vítimas das regiões afetadas.

Castelano Santos, CEO e cofundador da Tech Trail, insurtech focada em inteligência artificial e de dados para o setor de seguros, conta que a discussão sobre desenvolver uma proteção social volta à tona em situações de calamidade. A proposta foi bem recebida pelo governo federal.

“O SEGURO CATÁSTROFE CRIA UM FUNDO, SEMELHANTE AO EXTINTO DPVAT, PARA INDENIZAR FAMÍLIAS DIRETAMENTE AFETADAS POR UM EVENTO CLIMÁTICO EXTREMO”

A ideia é que a medida seja instituída por um projeto de lei obrigatório, sendo custeado pela população geral “a partir de um aumento entre dois e três reais na tarifa da conta de luz que serviria para abastecer esse fundo”, destaca Santos. Ele conta que a primeira linha de discussão prevê indenizações por moradia no valor de R\$ 15 mil. “Em caso de óbito do residente, o valor sobe para R\$ 20 mil”.

O executivo salienta que em países europeus e nos Estados Unidos, onde a cultura do seguro está concretizada, os mecanismos para proteger a população sobre esses acontecimentos está maduro. “No mercado internacional, a experiência é maior por causa da frequência desses desastres”.

O presidente da CNseg, Dyogo Oliveira, explica que o Brasil está cada vez mais suscetível a catástrofes e, por isso, não se pode permitir mais que tragédias aconteçam sem que as famílias tenham uma rede de assistência emergencial. “A partir da identificação da área onde ocorreu o desastre, o segurado recebe a indenização no dia seguinte na sua conta bancária para se reorganizar no momento de grande dificuldade”.

SETOR É UM DOS PROTAGONISTAS NA DISCUSSÃO CLIMÁTICA

Uma das primeiras ações do setor foi da CNseg, que recomendou às companhias a prorrogação dos contratos dos segurados afetados pelas chuvas na região. A medida foi adotada pela maioria das companhias.



Gesner Oliveira, pesquisador do Instituto de Inovação em Seguros e Resseguros

O crescimento dos chamados eventos climáticos extremos é uma tendência global. O pesquisador do Instituto de Inovação em Seguros e Resseguros da Fundação Getúlio Vargas, Gesner Oliveira, considera fundamental o papel do mercado segurador na estratégia para os municípios enfrentarem catástrofes climáticas.

Na Comissão Especial sobre Prevenção e Auxílio a Desastres e Calamidades Naturais, realizada em abril deste ano, Oliveira contou que os efeitos das mudanças climáticas sobre a população têm sido discutidos insistentemente. “Os municípios precisam



Ilan Kajan, Vice-presidente da Alper Seguros

de seguros, mas nem sempre possuem condições de arcar com os custos. Ao vender um seguro para extremos climáticos a um determinado município ou indivíduo, a seguradora poderia securitizar esses contratos”, explicou.

A maior tragédia climática do estado deve produzir o principal impacto financeiro da história da indústria de seguros brasileira, extrapolando com o que se gastou, por exemplo, na pandemia de Covid-19. No dia 24 de maio, quando o nível da água ainda estava alto, o setor registrou o aviso de 23,4 mil sinistros no seu relatório preliminar. Segundo Ilan Kajan, Vice-presidente da Alper Seguros, uma das principais corretoras do Brasil, a estimativa é que o setor pague mais de R\$ 7 bi em sinistros no total.

Na avaliação do executivo, o desastre vai refletir numa mudança na percepção dos riscos climáticos no Brasil. Até então, o país não era considerado um lugar de grandes catástrofes naturais em comparação a Estados Unidos, Ásia e Europa. “Agora, o Brasil entra no mapa de riscos climáticos de forma significativa, o que afetará a precificação e as condições dos seguros”, projeta Kajan.

O relatório divulgado pela CNseg mostrou que as maiores procuras por indenização foram o

Residencial e o Habitacional, o seguro automóvel e o seguro agrícola. As coberturas relacionadas a alagamento, inundação, remoção de entulhos e lucros cessantes vêm sendo extremamente solicitadas”, explicou o Vice-presidente da Alper.

ESCALADA DAS INDENIZAÇÕES

Com o nível da água caindo, a perspectiva é de que o número de pedidos de indenizações cresça. Porém, nem todos terão acesso ao benefício. A advogada sênior de seguros e resseguros, Christiane Furck, alerta que o segurado deve verificar atentamente as condições gerais de sua apólice. Ela explica que determinadas seguradoras estabelecem que fenômenos da natureza de caráter catastrófico são riscos excluídos no seguro residencial, por exemplo. Já o seguro de automóvel, a contratação de coberturas contra submersão do veículo proveniente de fenômenos da natureza é facultativa em algumas companhias.



Christiane Furck, advogada sênior de seguros e resseguros

Ainda que as seguradoras sejam obrigadas a indenizar apenas os riscos cobertos delimitados na apólice, Christiane conta que é possível a sua flexibilização para atender os segurados gaúchos. “Na pandemia, por ocasião dos seguros de vida, algumas seguradoras comovidas com a situação enfrentada pelos beneficiários, decidiram

pagar o capital segurado”, lembra.

A consultoria Bright Consulting estima que 200 mil veículos foram perdidos no Rio Grande do Sul. Destes, apenas 20% tinham seguro. O prejuízo é calculado em R\$ 8 bilhões. A Associação Brasileira de Locadoras de Automóveis (ABLA) estima um prejuízo de mais de R\$ 330 milhões, considerando 985 locadoras, com uma frota de 20.226 carros.

Christiane Furck alerta que a contratação de coberturas contra queda de granizo ou submersão de veículo em situações de enchentes pode variar. “Nas condições gerais vigentes das principais seguradoras atuantes no mercado, a cobertura básica garante o pagamento da indenização pela hipótese de submersão do veículo em água doce”. Entretanto, ela destaca que em outras companhias a contratação para fenômenos da natureza pode existir apenas de modo adicional.

No residencial, uma pesquisa realizada pela Federação Nacional de Seguros Gerais (FenSeg) mostrou que o estado do Rio Grande do Sul possui 38,6% dos domicílios segurados, a maior quantidade do Brasil. O terceiro ramo mais impactado até o momento é o seguro rural, que o Governo Federal vem acompanhando com olhares mais atentos. Até o fim de maio, já foram realizados três mil avisos de sinistros, segundo levantamento realizado pelo Ministério da Agricultura e Pecuária (Mapa).

Presidente do Sincor-RS, André Thozeski orienta que o segurado deve procurar seu corretor para esclarecer as dúvidas sobre as coberturas previstas na apólice. “Este profissional conhece todos os detalhes e está preparado para fazer o atendimento da melhor maneira possível”. Desde o início das enchentes, o sindicato abriu um canal de comunicação em seu site para atender os segurados e encabeçou a criação de um gabinete de assistência à população afetada em conjunto com todas as entidades de seguros do Rio Grande do Sul.

PITZI AMPLIA PARCERIA COM O GRUPO GAZIN

Além de oferecer seguro para celulares em lojas físicas, uma das maiores empresas do Brasil agora também inclui o serviço da companhia pioneira no ramo no e-commerce próprio

Adquirir um smartphone é um investimento importante para o consumidor. Por isso, os varejistas precisam oferecer

bem mais do que o equipamento em si a seus clientes. É o que a Gazin, uma das maiores empresas do Brasil, faz com o apoio da Pitzi, startup pioneira de proteção e seguro de celular no país.

A Pitzi segue focada em expandir as vendas de seguros em canais digitais. Além disso, o movimento da marca neste espaço já superou as projeções, correspondendo a 60% em 2023 em comparação com 2022. Ao incluir o celular selecionado no carrinho, o consumidor se depara com uma tela em que é possível escolher a proteção desejada.

Há 12 anos em operação, a empresa se consolida por oferecer a cobertura mais completa do mercado para smartphones – contra defeitos, tela, quebras, líquidos, roubo, furto e perda. Há também a possibilidade de garantia estendida de 12 ou 24 meses. Recentemente, a companhia chegou à marca de 2,5 milhões de contratos e, para 2024, a meta é ultrapassar o número de 500 mil dispositivos protegidos.

“Ambas as marcas têm como foco proporcionar os melhores produtos e serviços aos clientes.



Com a ampliação dessa parceria, que já soma um ano, a Pitzi passa a integrar um dos maiores e-commerces do Brasil, e o Grupo Gazin passa a oferecer um portfólio digital ainda mais completo de serviços”, destaca Tatiany Martins, vice-presidente comercial e de marketing da Pitzi.

O Grupo Gazin é composto por 13 empresas, totalizando 415 unidades de negócio, incluindo mais de 342 lojas de varejo, 1 Atacado, 10 Indústrias, 23 Centros de Distribuição. São 58 anos de atividades. Em 2024, a Gazin foi a melhor empresa do varejo para se trabalhar no Brasil pelo Great Place to Work (GPTW), nas categorias super grandes empresas (com mais de dez mil funcionários), 3ª Melhor empresa entre todos os setores para se trabalhar no Brasil - Categorias Grandes GPTW, 2ª Melhor Indústria para se trabalhar no Brasil; 2ª Melhor empresa do Paraná para se trabalhar categoria grandes; 3ª Melhor empresa do Paraná em práticas de segurança, saúde e bem-estar na categoria grandes.

O grupo está presente nos estados do Paraná, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Rondônia, Acre, Pará, Goiás, Amazonas e Tocantins. A Gazin também possui um banco digital – o Gazin Bank, Cia Seguradora, a Gazin Seguros, Administradora de Consórcios, Administradora de Serviços, Gazin Agropecuária, FIDC - Fundo de Investimento, Transportadora Gazinlog, GazinTech e Ecommerce.



**Sua corretora com a melhor
consultoria personalizada do
mercado.**

**Venha para
a Kuantta**



Arley Boullosa
Fundador da Kuantta

Fernanda Cyrillo Bardela
Fundadora da Parentallis



O QUE É PARENTALIDADE CONSCIENTE? EMPRESA BRASILEIRA ESTÁ LEVANDO O CONCEITO ÀS FAMÍLIAS

Criada por experiente executiva do mercado de seguros, a startup Parentallis joga luz no contexto entre a parentalidade positiva e saúde mental e emocional de pais e mães.

fortalecendo o núcleo familiar através de práticas de parentalidade consciente dispensando a ideia da maternidade e paternidade “instintiva”.

“É preciso estudar para ser pai e mãe” afirma Fernanda. “Cuidar dos pais é revolucionar o cuidado com os filhos”, complementa.

Fernanda conta que a experiência no ambiente corporativo abriu seus olhos para enxergar uma lacuna. “Especialmente após a pandemia, as empresas passaram a falar mais sobre saúde mental, mas nada focado na parentalidade consciente. Por isso, percebi a oportunidade de fundar a Parentallis”. A empresária explica que o conceito de parentalidade é relativo de pai e mãe. “A Parentalidade Consciente, por sua vez, permeia todo o trabalho dos pais por um papel mais consciente e conectado na criação dos seus filhos. E a ciência embasa tudo isso”.

A fundadora da Parentallis explica ainda

Após 25 anos atuando como executiva no setor de seguros, Fernanda Cyrillo Bardela decidiu montar seu próprio negócio. Reuniu a experiência da maternidade com a formação de Educadora Parental, certificada internacionalmente pela Positive Discipline Association (PDA – EUA), e fundou a Parentallis, a primeira empresa brasileira focada em parentalidade consciente e saúde mental parental.

A empresa fornece suporte abrangente a pais e cuidadores,

que educar filhos de forma positiva e respeitosa é um trabalho abrangente que aponta para o caminho do meio termo. “Nem a permissividade e nem a agressividade”. Atualmente, as gerações de pais, e também os que pretendem ser, estão mais dispostas a entender e a adotar práticas de educação respeitosa, segundo Fernanda. Porém, há um longo caminho, porque tem “muita gente que busca referências e fórmulas mágicas por uma simples pesquisa na internet”, constata.

Fernanda explica que a Parentallis também leva consultoria para empresas e escolas.

Ela e sua sócia, Mariana Lacerda, que é doutora em saúde da criança e adolescente, criaram a Assistência Parental, com soluções para os mais diversos dilemas que envolvem a educação e criação de filhos, e que é distribuída por meio de parcerias com seguradoras, corretoras de seguros e operadoras de saúde.

“Temos dois caminhos: Ações institucionais para as empresas, onde o foco são os colaboradores, e os serviços elaborados para pais e responsáveis dos clientes e consumidores dessas empresas”.

Além disso, criamos um programa completo para escolas que vai desde a capacitação de professores e educadores, às ações com as famílias para criamos uma comunidade mais conectada e que verdadeiramente olhe para as necessidades das crianças e dos adolescentes. Tudo isso, no contexto da educação respeitosa ou seja, parentalidade consciente.

O modelo de afinidades e parcerias acompanha a carreira profissional de Fernanda. 90% do período em que trabalhou em seguradoras e corretoras de seguros foi dedicado a isso. “Como não desperdiçar esses 25 anos de trabalho?”, indagou-se antes de abrir seu próprio negócio.

“FOI A PARTIR DESSE MODELO FAMILIAR PARA MIM QUE EU POSICIONEI A PARENTALLIS COMO UMA EMPRESA CAPAZ DE LEVAR SOLUÇÕES PARA MAIS E MAIS PESSOAS”



PARENTALIDADE POSITIVA É LEI

Preocupar-se com a criação hoje é mitigar os riscos no futuro. O pesquisador do Instituto de Estudos para Políticas de Saúde (IEPS), Matías Mrejen, revelou, durante uma audiência pública na Câmara dos Deputados em 2022, que os casos de depressão entre jovens de 18 a 24 anos quase dobraram entre 2013 e 2019.

Fernanda conta que frear essa tendência de crescimento é um dos grandes propósitos do seu trabalho. “A desconexão entre pais e filhos contribui para essa estatística. Com acesso a informações reais, os pais passam a observar melhor o seu filho e se conectar verdadeiramente com eles, abastecendo-os emocionalmente”.

Publicada no Diário Oficial da União de 21 de março deste ano, a lei 14.862/24 institui a parentalidade positiva e o direito ao brincar como forma de prevenção à violência contra crianças. “Basicamente, a nova lei coloca toda a sociedade como agentes na criação de estratégias para mitigar violências contra crianças e adolescentes, estabelecendo um relacionamento fundamentado no respeito e na não violência. Ou seja, estamos falando de acolhimento, vínculo, conexão, apego seguro e tantos outros nomes que podemos dar para as ações que fazem a criança se desenvolver em segurança (física, mental e emocional)”, conclui Fernanda.

TUDO QUE FALTAVA PARA O NEGÓCIO DE SEGUROS E SERVIÇOS

Por: Assegurou

A tecnologia para digitalizar o mercado com foco na experiência do consumidor é a nova jornada do seguro massificado e dos serviços no Brasil. Prova disso é a Ô Insurance, uma empresa disruptiva focada no desenvolvimento de uma solução inédita nos últimos anos: a digitalização da venda de seguros e serviços, visando a melhor experiência do consumidor, ajudando no crescimento do mercado de seguros.

A tecnologia é um caminho sem volta para a massificação do que chamamos de proteção de pessoas, empresas e bens para os canais B2B e B2B2C. Diante disso, a Ô criou um hub de tecnologia no formato “plug & play”, que pode auxiliar qualquer segmento, independentemente do porte ou região, com uma plataforma abrangente para integrar diversas soluções e sistemas em um único local, promovendo eficiência e eficácia operacional e de venda, aumentando a produtividade e rentabilidade das empresas.

E, quando se trata de seguros, a Ô cria uma conexão direta às mais importantes companhias do mercado, aumentando a oferta comercial, resultando em aumento de receita recorrente e, conseqüentemente, mais fidelidade dos seus consumidores. Trata-se de uma plataforma robusta sob uma arquitetura Lowcode 100% modular com APIs públicas para se conectar a qualquer sistema legado sem sobreposição, unindo o que há de melhor para elevar a distribuição com uma variedade de produtos de seguros por meio de um único lugar.

Qualquer modelo de negócio ao adotar a Ô (e seu hub chamado ÔnTech), ao mesmo tempo em que otimiza os processos digitais e operacionais, recebe soluções altamente adaptáveis e escaláveis diante das suas necessidades particulares - soluções desenvolvidas para que qualquer empresa



Imagem de creativeart no Freepik

empresa, de qualquer segmento possa lucrar no mercado de seguros e serviços, em uma jornada de compra 100% digital, CRM próprio, páginas whitelabel e plataforma Lowcode para que possam aumentar o portfólio de produtos e serviços com seguros.

TRANSFORMANDO O MERCADO

Para os consumidores, a cultura do seguro se propaga em diferentes setores e empresas. Já para as empresas se torna mais uma forma de rentabilidade.

Por outro lado, na outra ponta, os corretores de seguros também podem utilizar a tecnologia como afiliados, se tornando verdadeiros “corretores digitais”, utilizando a plataforma, tendo mais cultura de seguro e, conseqüentemente, ganhando mais. Já as empresas varejistas podem utilizar como modelo Affinity, rentabilizando mais e fidelizando seus clientes. E por fim, o cliente pode utilizar contratando qualquer seguro de forma 100% digital e acompanhar todas as informações de seus seguros em um único lugar.

Uma solução de mercado para conectividade e melhoria da experiência de todas as pontas.



Juntos, podemos ajudar o Rio Grande do Sul!

As fortes chuvas que atingiram o Rio Grande do Sul deixaram milhares de pessoas desabrigadas e em situação de vulnerabilidade. A CUFA está mobilizando uma grande ação social para auxiliar as famílias afetadas. A Allcare, como empresa socialmente responsável, apoia essa iniciativa e convida você a se juntar a nós nessa ação solidária.

Doe agora e faça a diferença na vida de quem mais precisa!

Doe pelo Pix:

doacoes@cufa.org.br



As doações serão realizadas diretamente para a CUFA, nenhum recurso será administrado pela Allcare.

ANS - nº41728-9

Juntos, podemos ajudar o Rio Grande do Sul a se reerguer!

allcare

Amigo Corretor, explore os **benefícios exclusivos que a Allcare tem para você!**



Corretor Digital
Allcare



Clube de Vantagens
Allcare



iBanX



O podcast de saúde da Allcare
#PodCareAllcare



UNIVERSIDADE DE NEGÓCIOS E SEGUROS DO GRUPO A12+ (UNS) ATINGE A MARCA DE MAIS DE 600 ALUNOS EM MENOS DE DOIS MESES

A Universidade de Negócios e Seguros do Grupo A12+ (UNS) foi criada com o objetivo de ampliar os conhecimentos dos sócios, Partners e suas equipes, unindo-se à Escola de Negócios e Seguros (ENS), instituição reconhecida pelo MEC. Em menos de dois meses, o projeto de qualificação atingiu a marca de mais de 600 alunos matriculados.

Renner Fidelis, presidente do Grupo A12+, menciona a importância da criação da UNS. “Na verdade, qualquer grande corporação tem um programa contínuo de capacitação e treinamento. O maior ativo que uma empresa tem é o seu recurso humano, ou seja, são as pessoas. CNPJ são apenas formas jurídicas de estruturar uma empresa. Profissionais capacitados contribuem muito não só com a empresa, mas com seu progresso pessoal e com o desenvolvimento da sociedade. Pensando nisso, nós criamos a UNS do Grupo A12+ e trouxemos uma entidade capacitada e certificada pelo MEC, a ENS. A iniciativa é voltada para todo o nosso ecossistema. Nós valorizamos muito as pessoas”.

Os cursos oferecidos pela UNS do Grupo A12+ possuem a duração de um ano e estão sendo realizados em quatro módulos, divididos em quatro colunas. A primeira coluna, mentalidade empresarial, visa contribuir com os sócios e Partners para ampliarem sua visão e para gerir as negociações com ferramentas mais modernas. A segunda coluna, inteligência do negócio, enfatiza que quem tem a informação detém poder. A terceira coluna, gestão de pessoas, destaca a importância dos colaboradores que tocam as empresas. Por fim, a quarta coluna, sucessão, prepara as empresas para a próxima geração, sejam os filhos dos sócios ou profissionais qualificados que desejam fazer carreira. Esses são os motivos que levaram o grupo que mais cresce no Brasil a criar um projeto educacional.

Para José Alexandre Cid, diretor comercial do Grupo A12+, é preciso gerar capacitação como instrumento de evolução para o ambiente corporativo. “O sucesso alcançado nesse programa junto ao ecossistema do grupo vem demonstrando assertividade na escolha da direção e com o apoio de todo o conselho. Geramos a condução para novos conhecimentos e a proposta na prática de uma cultura inovadora, contribuindo com o desenvolvimento profissional e pessoal de todos que aproveitaram para se inscrever nos cursos”.



A UNS do Grupo A12+ conta com um total de 24 turmas, distribuídas em 14 turmas para aulas de até 700 colaboradores, cinco turmas com 250 líderes de equipes e cinco turmas com aulas para até 250 sócios cotistas e Partners, somando um total de 72 horas de conteúdo com temas variados.

Fernanda Souza, mentora de alta performance e docente da UNS do Grupo A12+, citou os benefícios da qualificação para quem busca se qualificar no projeto. “Hoje nós temos mais de 600 alunos que estão participando dos nossos módulos e entendem a importância do conhecimento, do desenvolvimento de novas habilidades e das competências, para que sejam profissionais qualificados perante um mundo dinâmico, com tantos desafios. Esse programa, voltado para todos os níveis, gera oportunidade para que possam se capacitar, adquirir conhecimento e aprimorar habilidades, para que estejam cada vez mais qualificados”.

O cálculo do Índice de Satisfação dos Alunos (ISA) para os cursos da Universidade de Negócios e Seguros do Grupo A12+ aponta uma percepção positiva dos acadêmicos em relação ao domínio do conteúdo pelo docente, à organização lógica das aulas, às técnicas de ensino utilizadas e à avaliação geral do curso. Em uma média com uma nota máxima de 5, o total apresentado na pesquisa é de 4,62, ou seja, 92,4% dos alunos estão satisfeitos com o método de ensino.

“Os resultados do Índice de Satisfação dos Alunos consolidam um projeto educacional sólido e com a credibilidade que o Grupo A12+ proporciona para todos os envolvidos. O percentual de 92,4% em cima de uma nota de 4,62 numa máxima de 5 é um resultado excelente, indicando mais uma vez o êxito dos cursos da UNS, reformulado com uma grade curricular onde é possível obter a especialização de forma objetiva e interativa. Estamos empenhados em proporcionar o melhor

para todos os alunos. Além de planejarmos com precisão, o mais importante é colocar em prática e obter resultados positivos em todos os aspectos”, concluiu Flavio Lino de Paula, diretor de marketing e tecnologia do Grupo A12+.

De acordo com uma pesquisa realizada pela Escola Britânica de Artes Criativas e Tecnologia (EBAC), CEOs, diretores e gerentes de empresas de pequeno e médio porte no Brasil afirmam se preocupar em reter talentos através da oferta de cursos de aperfeiçoamento para todo o time. Mais de 60% dos players priorizam o conhecimento. Mais de 35% apostam nos cursos para gerarem novas expectativas junto aos negócios.

Outro estudo realizado pelo Índice de Confiança Robert Ralf aponta os três focos das empresas para pessoas: o investimento em qualificação (53%), a disseminação de uma forte cultura corporativa (49,2%) e a garantia da saúde mental da equipe (44%). Já o reforço das estratégias de retenção aparece em seguida (43,7%).

“Quem tem mais informação possui mais possibilidades de obter êxito nos negócios. O mercado de trabalho exige diversas atualizações a todo momento. Para isso, foi preciso gerar um programa com diversos cursos para englobar todos que fazem parte do Grupo A12+. Quem se dedica à condução do saber possui mais chances de ter sucesso na carreira. Nossa prioridade é gerar essa perspectiva e manter o acompanhamento desses profissionais em uma jornada vitoriosa”, concluiu Evaldo de Paula, diretor de expansão do Grupo A12+.

Empresas como Google, Amazon, Microsoft e Apple investem substancialmente em programas de treinamento para aprimorar as habilidades de suas equipes e valorizar suas marcas. Além do setor de tecnologia, exemplos notáveis incluem os gigantes do varejo, manufatura e TI, como IBM, GE e Walmart.

KUANTTA CONSULTORIA REPERCUTE SUAS AÇÕES DO PRIMEIRO SEMESTRE

Empresa focou em cursos e em treinamentos para os corretores de seguros

A Kuantta Consultoria promoveu no primeiro semestre deste ano uma série de conteúdos voltados para a capacitação dos corretores. As ações têm o propósito de ampliar a gestão de treinamento e a criação de soluções focadas na qualificação dos profissionais.

Foram realizados cursos, palestras e treinamentos ministrados por professores e gestores comerciais de seguradoras. Além disso, foram conduzidas consultorias estratégicas para corretoras de seguros especializadas em ramos elementares e na comercialização de planos e seguros saúde.

Fundador da Kuantta, Arley Boullosa conta que foi possível agregar bastante conhecimento com os conteúdos voltados para o crescimento de uma corretora. “Analisamos métricas na gestão de processos, pessoas e acompanhamos o andamento das negociações junto ao departamento comercial”.

Boullosa reforça que as oportunidades de aprendizado na Kuantta Consultoria estão voltadas para o aprimoramento das atividades relacionadas ao mercado segurador. “Temos a capacidade de

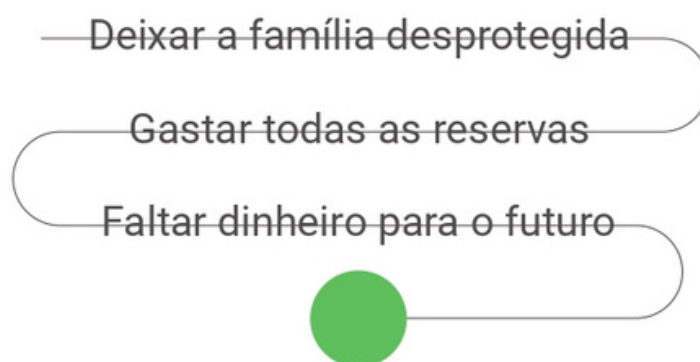


Arley Boullosa, fundador da Kuantta

atender as demandas não só das corretoras, mas também das empresas prestadoras de serviços ligadas ao setor”

As atividades da Kuantta em 2024 iniciaram em fevereiro, com o curso presencial sobre “O caminho da Venda + Método Disney para encantar e fidelizar clientes”, com o especialista em Neurovendas, Luis Felipe Blanco.

- **Março:** treinamento do Produto Ituran com Seguro, com a gerente comercial Rio de Janeiro, Regina Anacleto;
- **Abril:** sócia da Moby Corretora de Seguros e especialista no setor de saúde, Kamila Alves, falou sobre “Situação atual, perspectivas, oportunidades e produtos”;
- **Maior:** o professor Marco Aurélio Fonseca ministrou um curso básico de seguros;
- **Junho:** palestras ministradas por Liliane Barros, sócia da Moby, e Jader Bastos, da corretora Projacseg.



Risque os riscos dos seus clientes.

Garanta proteção completa
com a Icatu Seguros.

Ofereça proteção completa para os seus clientes
com a maior seguradora independente do país
em seguro de vida, previdência e capitalização.

ICATU
SEGUROS

Planos administrados por Icatu Seguros S.A. (CNPJ/MF: 42.283.770/0001-39). A aprovação dos planos de previdência pela SUSEP não implica, por parte da Autarquia, incentivo ou recomendação à sua comercialização. O proponente tem a possibilidade de opção ou não pelo critério de tributação por alíquotas decrescentes. 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. SAC: 0800 286 0110 (2ª a 6ª: 8h às 20h; fins de semana e feriados: 8h às 16h). Nos demais horários ou atendimento em libras: portal.icatuseguros.com.br/atendimento. Ouvidoria: 0800 286 0047 (2ª a 6ª: 8h às 18h, exceto feriados).

SEGURO PARA AS OBRAS DO NOVO PAC ALAVANCAREM

Programa voltado ao investimento na infraestrutura brasileira busca acelerar o início e o término de obras pelo país; instrumento do seguro garantia será fundamental para obedecer prazos e garantir a sustentabilidade das construções, avaliam especialistas

Por: Karem Soares e Sergio Vitor Guerra

Iniciativa criada pelo governo federal em parceria com o setor privado, o novo PAC (Programa de Aceleração do Crescimento) prevê o investimento de R\$ 1,7 trilhão para o início, a retomada e a conclusão de obras pelo país. O aquecimento desse setor deve impulsionar ramos adjacentes como o mercado de seguros.

Segundo a avaliação de especialistas, o seguro garantia é um importante componente que gera segurança jurídica a grandes operações de crédito, contratos públicos e financiamentos voltados ao setor de construção. Em suma, esse instrumento garante ao credor o cumprimento de eventuais obrigações não cumpridas pelo devedor.

A previsão do PAC é que R\$ 1,4 trilhão seja alocado até 2026 e R\$ 320,5 bilhões até 2030. Segundo o governo federal, esses investimentos têm compromisso com a transição ecológica e com a geração de empregos de forma sustentável.

Na avaliação de Rosane Mota, CEO da RM7 Seguros, o seguro garantia é uma ferramenta fundamental para garantir o sucesso e a continuidade dos projetos de infraestrutura. “É muito importante contar com mecanismos que assegurem a execução dos projetos dentro do

prazo estabelecido”, observa. A corretora avalia, ainda, que o seguro é uma opção com mais vantagens em relação às tradicionais garantias bancárias, “uma vez que a proteção não compromete o capital de giro da empresa e pode ser mais flexível”.





Rosane Mota, CEO da RM7 Seguros

A plataforma IRB+Inteligência divulgou que em 2022, foram emitidos R\$ 3,6 bilhões em prêmios nessa linha. No ano passado, nos primeiros 11 meses de 2023, esse valor já havia sido ultrapassado em R\$ 300 milhões.

Rosane explica que essa proteção, além de auxiliar na entrega dos projetos do PAC, contribui para a sustentabilidade financeira das empresas, “reduzindo custos e os prazos da execução das obras, sobretudo na construção civil”.

EVOLUÇÃO DA INFRAESTRUTURA

De acordo com a Confederação Nacional das Seguradoras (CNseg), a previsão é que o crescimento de crédito e garantia seja de 20% em 2024, superior aos 11,7% projetados para todo setor. Isso por conta da retomada de obras de infraestrutura e os efeitos de mudanças na legislação.

Para Marcio Lossurdo, diretor de Garantia da Ezze

Seguros, o novo PAC vai gerar investimentos em setores estratégicos da infraestrutura. “Enxergamos grandes oportunidades em transporte eficiente e sustentável, com investimentos em rodovias, aeroportos, portos, ferrovias e hidrovias”, projeta.

De acordo com o executivo, cidades sustentáveis e transição energética são os maiores pilares de investimentos projetados.

“TAMBÉM EXISTIRÃO BOAS OPORTUNIDADES EM SERVIÇOS LIGADOS À TRATAMENTO DE ÁGUA, EXPANSÃO DOS SERVIÇOS DE INTERNET E TELEFONIA, SAÚDE E INDÚSTRIA DE DEFESA”

SEGUROS VOLTADOS PARA OBRAS PÚBLICAS

A cobertura inclui a garantia do término da obra, o reparo dos danos, as falhas por acidentes com terceiros por acidentes durante a execução do serviço, e a responsabilidade civil, em casos de poluição ambiental.

- **Garantia:** arca com os custos jurídicos e de indenização, em casos de atrasos nas obras
- **Responsabilidade Civil:** cobre a indenização por danos a terceiros, causados por incidentes durante a execução de uma obra ou falhas na execução do projeto
- **Engenharia:** cobre vários danos a obras, como demais infraestruturas em construção, aos equipamentos utilizados em razão de falhas.
- **Ambiental:** assegura a responsabilidade civil para a empresa, pelos danos causados por contaminação, vazamento ou poluição de produtos perigosos e/ou nocivos.

GRUPO EXALT

APRESENTA SOLUÇÕES PERSONALIZADAS PARA O MERCADO DE SEGUROS



Com objetivo de desenvolver soluções que garantem o crescimento e o desenvolvimento sustentável das corretoras de seguros, o Grupo Exalt é referência em gestão, capacitação e distribuição. Atualmente, possui 65 corretoras associadas, mais de 200 mil segurados e já bateu a marca de mais de 400 milhões em prêmios.

O mercado de seguros possui um cenário dinâmico e desafiador e, para fazer frente a essa realidade, o Grupo Exalt oferece uma série de serviços que vão além de uma simples assistência. Com o propósito de otimizar as operações e aprimorar a qualidade do atendimento ao cliente, dentre outras soluções, a Exalt possui suporte personalizado, treinamentos especializados, gestão de recursos humanos e gestão administrativa. Fazer parte de um grupo que, ano a ano, cresce em índices superiores aos do mercado, é uma excelente oportunidade para o seu negócio iniciar uma jornada de crescimento.

Christian Menezes, diretor executivo do Grupo Exalt

“A PARCERIA ESTRATÉGICA DO GRUPO EXALT COM AS CORRETORAS DE SEGUROS VAI ALÉM DO QUE PODEMOS NARRAR. TRATA-SE DE UMA ATMOSFERA FÉRTIL QUE PROPORCIONA CRESCIMENTO EM UM SENTIDO AMPLO, TANTO DE RECEITA QUANTO PESSOAL E PROFISSIONAL”

Christian Menezes

“O suporte na gestão, e o auxílio na execução das tarefas administrativas, que tomam tempo do corretor, resultam em foco e em novas fontes de renda, gerando um ciclo virtuoso. Temos soluções essenciais e sob medida para cada corretor, de acordo com o seu momento”, afirmou Christian Menezes, diretor executivo do Grupo Exalt.”

O Grupo também investe no seu centro de formação, focado na qualificação profissional dos gestores e colaboradores, a UniExalt. O projeto possui uma grade de treinamentos para os setores comercial, administrativo, gestão empresarial, gestão de pessoas, produtos e sistemas. Outra solução é a realização de fóruns para análise de cenários, alinhamento e desenvolvimento, e a execução de recrutamento e seleção exclusiva para corretoras associadas.

O digital faz parte do presente no Grupo Exalt, que conta com as mais modernas e eficazes ferramentas de gestão do mercado. Além de um app, que coloca nossos corretores em contato frequente com seus segurados.

OUTRAS SOLUÇÕES PROMOVIDAS PELO GRUPO SÃO:



Gestão de Carteiras: solução para os corretores que desejam profissionalizar e terceirizar a gestão do seu negócio;



Ouvidoria Comercial: local que possibilita gerar suporte para as demandas das corretoras associadas;



Campanhas de incentivo, que premia os corretores mensalmente;



Reuniões de acompanhamento e alinhamento;



Consultoria voltada para colocação de riscos;



Consultoria Gerencial: um amplo e profundo mergulho na operação das corretoras objetivando encontrar oportunidades de melhoria;



Células que administram os processos de emissão, renovação, cobrança e sinistro dos nossos corretores.

CEO DA **SEGURADORA ALM** CONFIRMA PARTICIPAÇÃO NA **MISSÃO EMPRESARIAL BRASIL ESTADOS UNIDOS**, PROMOVIDA PELA AMCHAN

Intuito do projeto é conectar lideranças e empresários de negócios brasileiros em seis dias de imersão nos Estados Unidos

O CEO da Seguradora ALM, Alexandre Dominguez, vai estar presente na Missão Empresarial Brasil Estados Unidos, entre os dias 23 e 28 de junho. Combinando expertise e credibilidade para potencializar os negócios brasileiros e ampliar o networking no mercado estadunidense, o conteúdo o benchmarking e a conexão, em uma oportunidade de se conectar com empresas do mundo inteiro.

A Missão BR-US é uma imersão presencial de 6 dias nos Estados Unidos, para a Select USA e Nova York. A Missão tem como objetivo conectar lideranças e empresários de negócios brasileiros, que desejam internacionalizar e investir nos EUA, a líderes e especialistas inseridos no mercado americano.

Como parte do objetivo da Missão BR-US, a delegação Amcham contará com uma imersão no Select USA 2024 Investment Summit, reunindo empresas de todo o mundo buscando oportunidade de conhecer mais sobre o mercado dos Estados Unidos, entender as facilidades de ingresso no país e as possibilidades de conexões em nível global com executivos de todos os cantos do mundo.

“Estar presente em uma agenda promovida pela AMCHAM nos Estados Unidos com a oportunidade de participar de painéis, discussões e visitas a empresas que agregam no país. Será uma

experiência única de ampliar o relacionamento com grandes executivos e empresários, com visões estratégicas que agregam para o ambiente corporativo. Vai ser excelente manter o contato com players que atuam no mercado americano”, concluiu Alexandre Dominguez, CEO da Seguradora ALM.



Agora também formamos líderes.

Além de oferecer suporte para aumentar o faturamento da sua corretora, com toda a estrutura de gestão, negociações estratégicas e produtos exclusivos, **agora também contamos com a UNS, Universidade de Negócios e Seguros do Grupo A12+.**



A UNS oferece cursos de negócios e seguros, certificados pela ENS – Escola de Negócios e Seguros, reconhecida pelo MEC, como **um benefício exclusivo para os sócios e colaboradores das corretoras que fazem parte do nosso grupo.** Essa iniciativa visa fortalecer competências, promover a atualização profissional e contribuir para o crescimento sustentável de sua equipe e empresa. **É uma oportunidade incrível de capacitação de alta qualidade para impulsionar o sucesso nos negócios.**

Faça parte desse ecossistema único.
Traga a sua corretora para o Grupo A12+

ACESSE: www.grupoa12.com.br

 (11) 91928.4467  /grupo-a12  @grupo.a12  /grupoa12seguros

GRUPO A12+
Muito além do seguro

INTERCÂMBIO EM PORTUGAL

Presidente do CESB e associadas receberam certificação de seguros na cidade do Porto



CEO da Rainha Seguros e presidente do Clube das Executivas de Seguros de Brasília (CESB), Regina Lacerda recebeu a certificação internacional da Escola de Negócios e Seguros (ENS), na cidade de Porto. A imersão em Portugal teve como tema “As Práticas Europeias em Produtos e Distribuição em Seguros”. O evento aconteceu entre os dias 20 e 24 de maio e contou com a participação de mais de 20 brasileiros.

A imersão contou com o apoio do CESB, clube que levou sete de suas associadas. Regina Lacerda conta que todas tiveram uma grande interação com outras cinco mulheres inscritas de outras regiões. “Foi uma oportunidade incrível de conhecer o setor de seguros num contexto global e trocar conhecimentos com profissionais e especialistas de diferentes partes do mundo”.

A executiva avalia que a Europa, de modo geral, possui práticas distintas do Brasil em relação à obrigatoriedade de alguns seguros como o de vida e automóvel, por exemplo. “Entender a cultura europeia enriqueceu meu olhar sobre as melhores práticas que estão sendo adotadas, as diferentes

regulamentações e a inovação presente em cada seguradora”, salienta Regina.

O presidente da Fenacor, Armando Vergílio também participou da imersão. Ele contribuiu com sua experiência à frente da entidade e em outras unidades de negócio.

PALESTRAS E VISITAS TÉCNICAS

A imersão teve como foco palestras de grandes grupos portugueses. Marcaram presença a seguradora Prevoir, representada pelo seu CEO em Portugal, Dr. Luiz Ferraz e dos executivos Paulo Silva, CSO, José Gonçalves, CFO, e Maria do Carmo Farto, Coordenadora Comercial da Região Sul.

O Grupo MDS marcou sua presença por meio do CEO mundial, José Manuel Dias da Fonseca, e do CEO no Brasil Ariel Couto. Os executivos falaram sobre as práticas adotadas pelo grupo a nível mundial, incluindo a recente aquisição da Rede D’or no Brasil.

A agenda também contou com visitas técnicas a seguradoras, como na Real Vida Seguros S.A. e na Ageas Seguros. Alguns palestrantes compartilharam práticas comerciais adotadas em suas empresas.

Mulheres na área da tecnologia também foram destaque nas palestras. Foi o caso Ana Teixeira cofundadora da Mudey, startup de seguros, e de Nair Mendonça, Analista de Negócios Sênior da Infosistema.

Ao final do curso as executivas puderam desfrutar de diversos passeios pela cidade do Porto. Uma oportunidade única de estarem juntas, de confraternizar e de estreitar os laços de amizade para além do ambiente profissional.

“Agradeço o carinho de todos os colegas do curso. Foi uma semana intensa com uma vivência extraordinária. Espero participar de outras imersões da ENS. Experiências como essas marcam nossa vida para sempre”, finaliza Regina.



Nunca foi tão fácil

oferecer proteção
para celular



Impulso de vendas

incentivamos nossos
parceiros com campanhas
e premiações exclusivas.



Recompra garantida

facilitamos o trade-in,
convertendo em mais
vendas para parceiros.



Atendimento especializado

operacionalizamos o
atendimento e a reposição
dos aparelhos.



Rentabilidade para o seu negócio

potencializamos o seu
faturamento em até 30%.



**Quer saber como
faturar mais com a Pitzi?**

Agende uma conversa



www.pitzi.com.br



@pitzi brasil

DESASTRE NO RS: UM CENÁRIO DE DESAFIOS PARA O SEGURO DE TRANSPORTE

Por: **Marcelo Anacleto**

Diretor de Sinistros da Albatroz MGA

Estamos todos acompanhando as notícias vindas do sul do país, uma tragédia anunciada pelo volume das chuvas na região, combinado com um bloqueio atmosférico que impede a melhora climática no Rio Grande do Sul. Há um consenso de que o evento é extremo e sem precedentes. Neste momento, é certo que o transtorno é enorme tanto para as pessoas que perderam bens e familiares quanto para a sociedade em geral. A estimativa de mortos ultrapassa 150 pessoas, com mais de 400 municípios afetados.

Uma das funções da indústria de seguros é exercer um papel social fundamental para a sociedade, oferecendo uma série de proteções e benefícios que promovem uma estabilidade econômica. É um pilar muito importante para o crescimento. Diante desse cenário, compreender como as coberturas das apólices contratadas funcionam e orientar a população neste momento crítico é essencial.

Seguros como o residencial e patrimonial têm uma característica em comum: a cobertura de alagamento nesses ramos deve ser contratada à parte, o que chamamos de coberturas adicionais. Esclarecendo, as coberturas convencionadas, também chamadas de básicas, não contemplam o evento alagamento, a não ser que seja solicitado pelo segurado/corretor a sua contratação. É importante, neste contexto, a orientação aos segurados sobre as coberturas adicionais dos diversos seguros disponíveis para as pessoas e empresas dos diversos ramos de atividades.



Falando especificamente do seguro de transporte, modalidade na qual a Albatroz MGA é especialista, é um segmento que está sendo muito afetado pelo cenário caótico na região, com o bloqueio das estradas e rodovias, já que as viagens no Brasil são predominantemente realizadas por meio rodoviário. O seguro de Transporte Nacional oferece a cobertura “Ampla A” (modalidade mais contratada pelas empresas), que tem na sua condição básica a cobertura para inundação e transbordamento de cursos d’água durante a viagem principal terrestre. Deve-se atentar para que o evento que ocasionou o dano não seja previsível e evitável. A seguradora, ao receber um aviso de sinistro, iniciará a análise do evento com a solicitação de vistoria, caso seja possível, e verificação do nexos causal, ou seja, deve existir conexão do ato ou fato com a consequência provocada por ele.

Deve-se atentar também para o acionamento correto no momento do sinistro e comunicar à seguradora, de imediato, qualquer incidente que independe da vontade e que seja suscetível de agravar o risco, sob pena de perder o direito à indenização. Sempre que possível, pergunte ao seu corretor sobre todas as possibilidades de contratação das coberturas adicionais para o seguro de Transporte Nacional.

Com relação ao roubo das mercadorias, a seguradora também analisará as circunstâncias em que ocorreu tal delito. Não estão amparados quaisquer danos decorrentes de vandalismo, destruição voluntária do objeto segurado ou parte dele, sendo essencial nesta ocorrência a realização do Boletim de Ocorrência Policial.

Para os seguros de responsabilidade civil dos transportadores, temos como coberturas principais o acidente com o veículo transportador e roubo das mercadorias concomitante com o veículo. Para isso, o transportador deve contratar as apólices de RCTR-C (Responsabilidade Civil Transportador Rodoviário de Carga) e o RC-DC (Responsabilidade Civil - Desaparecimento de Carga).

Com relação às mercadorias depositadas em armazéns, o acionamento do seguro em casos de alagamento deve ocorrer de forma célere para a imediata ação da seguradora, no sentido de minimizar eventuais perdas. O seguro mais apropriado para este tipo de exposição é a modalidade chamada patrimonial (Property), oferecida atualmente pela maioria das seguradoras do mercado brasileiro. Em situações de emergência como esta, pode haver recomendações para transferir mercadorias para armazéns em áreas mais seguras caso seja possível. No entanto, é fundamental verificar se esses novos locais de armazenamento estão cobertos pela apólice de seguro vigente. Se não estiverem, pode ser

necessário ajustar a apólice para incluir esses locais adicionais. É importante também verificar se foi contratada a cobertura adicional de alagamento em tais apólices.

Quanto aos atrasos na entrega, a cobertura pode variar dependendo do tipo de apólice contratada. Geralmente, os seguros de transporte não cobrem demora ou atrasos.

Diante de todo este cenário, nos eventuais sinistros comunicados, adotaremos uma abordagem diferenciada tanto na análise quanto na solicitação de documentos. Entendemos a gravidade da situação e buscaremos ser os mais ágeis e compreensivos possível na resolução dos processos.

Sobre as averbações dos embarques, já enviamos uma nota informando que a Albatroz MGA entende as dificuldades de comunicação enfrentadas pelas empresas na região sul do país. Para auxiliar nossos clientes nessa fase delicada, informamos que aceitaremos averbações eletrônicas mesmo após o início dos embarques, sem penalizar os segurados no momento do sinistro, EXCLUSIVAMENTE para embarques iniciados no Rio Grande do Sul. Além disso, também é possível encaminhar as averbações por outros meios de comunicação, como planilhas em Excel enviadas para o e-mail faturamento@albatrozmg.com.

Consideramos isso não apenas como uma concessão, mas como uma obrigação das empresas que valorizam o bem comum e se solidarizam em momentos de calamidade pública. Em meio a essa tragédia, nos solidarizamos com todos os afetados. Continuaremos avaliando constantemente nossas ações e medidas para garantir que a cobertura de seguros e o atendimento prestado causem o mínimo de interferência possível. Nossa prioridade é oferecer suporte e soluções rápidas para amenizar os impactos dessa calamidade.

SEGURO (FUNDOS DE ASSISTÊNCIA ÀS VÍTIMAS) DE EVENTOS CLIMÁTICOS – SEGURO PARAMÉTRICO – SEGURO AMBIENTAL – SEGUROS DE PROPRIEDADES TODOS ELES GARANTEM A MESMA NATUREZA DE RISCO?

QUAL O ESTADO DA ARTE, NO TRATAMENTO DESSA QUESTÃO, NO MERCADO DE SEGUROS BRASILEIRO?

Diante dos eventos catastróficos que têm ocorrido também no Brasil, sendo que o país era tido até há pouco tempo como uma zona protegida e não suscetível a danos da natureza, é necessário refletir sobre alguns aspectos emergentes, sem proselitismo e subterfúgios. O mercado de seguros brasileiro passou ao largo desse tipo de discussão, desde sempre, mesmo porque também acreditou que a imensa área geográfica do país era de fato “protegida”. Salvo na questão da seca que sempre assolou o nordeste do Brasil e serviu de justificativa para a destinação de verbas governamentais ao longo de décadas, mas que não parece terem sido aplicadas de fato para a solução do problema, diferentemente de Israel por exemplo, assentado no deserto, nas demais regiões os ciclos climatológicos sempre pareceram normais ou mais estáveis e com possibilidade de gestão no tocante à agricultura, por exemplo.

Os seguros agrícolas passaram por um movimento de modernização e desenvolvimento no Brasil a partir de análises científicas realizadas em centros acadêmicos e tecnológicos, custeadas pelo Estado. A Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa), criada em 1973, teve forte protagonismo e, a partir dos resultados de excelência das pesquisas realizadas, a iniciativa privada do agronegócio prosperou. Através do mapeamento climatológico, cientificamente estabelecido, os seguros



de agro puderam ser implementados com rigor tecnológico, sendo que antes eram operados de forma empírica e sempre subvencionados pelo Governo, notadamente durante o monopólio do resseguro, de longa duração. As Seguradoras privadas faziam um “fronting”, sem retenção alguma dos riscos e das despesas e os fundos rurais administrados pelo ressegurador monopolista assumiam as responsabilidades e os respectivos valores envolvidos. Com este padrão, o Estado protagonizava a operação e a iniciativa privada sempre teve o papel de simples coadjuvante, não assumindo riscos, tampouco desenvolvendo pesquisas tecnológicas. Com a abertura do resseguro, em 2007, esse quadro mudou bastante e as Seguradoras tiveram de assumir mais riscos no referido segmento, buscando a proteção do resseguro, livremente negociado. Não à toa, elas se interessaram pela inovação tecnológica no setor e o Estado proveu, assim como já foi comentado retro. Até aqui, nenhum fato novo.

As mudanças climáticas, inquestionáveis quando analisadas sob o viés tecnológico disponível e a racionalidade, salvo na narrativa disfuncional de pessoas que “criaram” um mundo paralelo e sem

conexão com a realidade, têm movimentado as pautas dos diferentes segmentos, inclusive nos mercados de seguros e resseguros. São alarmantes os cenários e os prognósticos. A realidade é desafiadora, mesmo porque a certeza das ocorrências catastróficas é tamanha e precisa, a ponto de colocar em xeque o conceito basilar do seguro, justamente pautado na aleatoriedade do risco segurável.

Questiona-se, a partir dessa nova realidade, se é necessário mudar o conceito ou alargar o significado, de modo que o seguro possa ser aplicado de fato, preservando a sua condição de instrumento econômico eficaz, até que se encontre um substitutivo, por exemplo. Ou o setor privado se renderá de vez, deixando de oferecer garantias para os riscos climáticos, impulsionando o Estado a preencher a lacuna, assim como já faz em vários outros segmentos? Ou a iniciativa privada se associará ao Poder Público, de modo a oferecer soluções diversas e em parceria, assim como muitos países já fazem em relação ao risco de terrorismo, por exemplo. Os pools de riscos atômicos são também lembrados quando esse tipo de discussão vem à tona. O Brasil acabou de criar um fundo de indenização para a assistência de vítimas de acidentes de trânsito (SPVAT), conforme o disposto na Lei Complementar n.º 207, de 16 de maio de 2024, sendo que muitos ainda insistem em chamar de seguro, assim como a próprio ordenamento legal, sendo que a descaracterização do tipo contratual é notória. A farta distribuição da produção dos “prêmios” arrecadados com o SPVAT, para várias entidades estatais, já denota anomalia suficiente para desconfigurar o referido modelo sob a natureza de seguro, cuja essência se pauta do pagamento de prêmio à seguradora, para que esta possa indenizar os sinistros advindos. O Estado e as entidades estatais devem ser providos por meio de dotação orçamentária e não com prêmio de seguro, de qualquer tipo. O SPVAT, com a sua parafiscalidade implícita no tocante aos proprietários de veículos, não é um seguro, de modo algum. A iniciativa privada, neste particular, perdeu mais uma

Voltando aos eventos climáticos e às implicações do fenômeno nos diferentes contratos de seguros já existentes e comercializados pelo mercado de

seguros nacional, convém destacar alguns pontos diferenciadores, na medida em que tem sido observada flagrante confusão na utilização dos termos.

SEGURO (FUNDO DE ASSISTÊNCIA ÀS VÍTIMAS) DE EVENTOS CLIMÁTICOS

Especificamente, ainda não há no Brasil um seguro garantindo as consequências dos eventos climáticos de uma maneira geral, notadamente com a finalidade de assistir pessoas menos favorecidas e que não têm condições financeiras para contratar seguros de propriedades. O tema começou a ser mencionado há pouco tempo, mas sem qualquer tipo de solução objetiva a respeito. Há que se ter muita cautela nas discussões pertinentes e de modo a evitar proselitismo e narrativas de ocasião, públicas e privadas, sem objetividade alguma. Foi proposto projeto de lei com esse objetivo de criação de fundo assistencial, inclusive com a participação de todos os cidadãos que consomem energia elétrica, uma vez que a proposta se assenta na cobrança de determinada quantia na conta de luz, de modo a prover o fundo público de indenização. O mercado de seguros nacional ainda não discutiu o tema com a profundidade requerida. Outras formas de provisão do fundo podem ser viabilizadas, assim como a destinação de percentual dos prêmios arrecadados nos seguros tradicionais, por exemplo.

Nos EUA há o National Flood Insurance Program (NFIP), criado em 1969, o qual provém de cobertura contra alagamentos aquelas propriedades elegíveis em cada município. O NFIP está disponível em todos os estados americanos. Há a possibilidade de as Seguradoras garantirem em nome delas as coberturas do referido programa, mas o NFIP assume os custos dos sinistros. Há um limite de garantia por propriedade segurada. No âmbito privado, as Seguradoras podem oferecer a cobertura contra o risco de alagamento, através de apólices tradicionais de seguros de propriedades, com a indicação de franquias substanciais, sendo que essas apólices podem também ser aplicadas em excesso ao programa NFIP. O Brasil precisa encontrar o seu próprio modelo.

[Leia a segunda parte do artigo clicando aqui](#)

PODCAST 'TO SEGURO' DESMISTIFICA O SEGURO DE VIDA NO BRASIL



Projeto que já tem onze episódios busca atrair profissionais para atuarem no ramo que mais cresceu entre as carteiras de seguros nos últimos anos

O podcast 'To Seguro' vem chamando a atenção do público que busca mudar de carreira ou aperfeiçoar suas técnicas em vendas de seguro de vida. Durante onze episódios, o programa já abordou diversos temas relevantes como atendimento no pós-vendas, os desafios da autossabotagem, habilidade ao falar em público, entre outros. As entrevistas vão ao ar toda quarta-feira no canal 'To Seguro' no YouTube e no Spotify.

Ricardo Teixeira, sócio da Gorilla Life, apresenta o podcast junto com Bianca Kondic, host do programa. Enquanto Teixeira aborda a parte técnica junto com os entrevistados, Bianca conduz os temas de uma maneira mais popular, colocando-se no lugar do consultor ou do segurado e esclarecendo dúvidas comuns entre pessoas com pouca familiaridade sobre o tema.

Bianca explica que o podcast tem o como propósito desmistificar o seguro de vida e atrair mais profissionais para trabalharem na área. "Focamos em passar informações para pessoas sobre seguros e carreira profissional. Convidamos entrevistados para contar suas histórias inspiradoras e para ajudar profissionais que trabalham com vendas", explica Bianca.

VEJA OS DEZ EPISÓDIOS DO TO SEGURO:

EP1 – [A vida real de uma consultora campeã](#)

EP2 – [Como melhorar a comunicação para vender mais](#)

EP3 – [Conhecendo a Rainha da MetLife](#)

EP4 – [Fotos profissionais podem te ajudar nas vendas?](#)

EP5 – [O líder nasce líder ou aprende a ser?](#)

EP6 – [Quem nunca pensou em desistir diante de um obstáculo ou desafio? Você desistiu?](#)

EP7 – [Autossabotagem: expressão da moda ou realidade?](#)

EP8 – [Nossos campeões, direto de Lisboa!](#)

EP9 – [Bons profissionais x boas oportunidades](#)

EP10 – [Mudar de carreira deixando a profissão de formação pode ser difícil, mas a melhor decisão](#)

EP11 – [Com um SONHO, uma META bem definida e DETERMINAÇÃO, a chance de dar errado é mínima](#)

CORRETOR

BEM ATENDIDO ESTÁ NA BRAZIL HEALTH ASSESSORIA

Nos destacamos como um dos principais grupos de assessoria do país, contando com diversas unidades de atendimento para fornecer a infraestrutura, apoio e todo suporte que você precisa!



TEM SAÚDE OFERECE CONSULTA MÉDICA GRATUITA PARA PESSOAS QUE DOAREM SANGUE

Ação acontece durante Junho Vermelho

Para apoiar a campanha Junho Vermelho que incentiva a doação de sangue, durante todo o mês, a TEM Saúde está oferecendo uma consulta médica gratuita com qualquer especialidade para seus clientes que comprovarem terem feito uma doação.

Essa não é a primeira campanha social realizada pela TEM Saúde, a empresa que oferece atendimento de consultas, exames e telemedicina com preços populares, vem dedicando parte da sua verba de marketing para movimentos de responsabilidade social e recentemente anunciou atendimento de telemedicina gratuito para vítimas dos eventos climáticos no Rio Grande do Sul.



“CADA VEZ QUE ALGUÉM DOA SANGUE, ESSE ATO GENEROSO PODE BENEFICIAR ATÉ QUATRO PESSOAS DIFERENTES, SALVANDO OU MELHORANDO SUAS VIDAS. É UMA FORMA PODEROSA DE AJUDAR E FAZER A DIFERENÇA”

Para ser doador, é preciso estar em boas condições de saúde, não estar gripado ou com outra infecção, estar descansado e alimentado, ter entre 16 e 69 anos de idade, o limite de idade para a primeira doação é de 60 anos, 11 meses e 29 dias. Menores de idade entre 16 e 17 anos de idade podem doar com acompanhamento e autorização do responsável legal. Também é preciso pesar no mínimo 51 kg.

“A TEM Saúde é comprometida com a promoção da saúde e bem-estar dos brasileiros. Nosso compromisso vai além de democratizar o acesso à saúde de qualidade; queremos também incentivar práticas que beneficiem toda a comunidade. A doação de sangue é um exemplo de como um pequeno gesto pode ter um grande impacto. Estamos orgulhosos de participar do Junho Vermelho e contribuir para salvar vidas”, acrescenta executiva.

COMO PARTICIPAR

Para participar da campanha e ter acesso à consulta gratuita, basta fazer o agendamento via central de atendimento, pelos telefones 4000 1640 (capitais e regiões metropolitanas) ou 0800 836 8836 (demais regiões).



CESB
Clube das Executivas de
Seguros de Brasília



Executivas de Seguro

Explorando fronteiras e ampliando
conhecimentos no Circuito de
Capacitação Internacional do CESB



Porto, Portugal

Regina Lacerda



Fabiana Minarro



Rosane Mota



Linda Bessa



Alessandra Casamayor



Luciana Machado



Graziella Castilho



PLANO DE SAÚDE SÃO CAMILO: NOVA OPÇÃO PARA ATENDIMENTO EM REDE DESEJADA EM SÃO PAULO



Buscamos constantemente por formas de ampliar o acesso dos brasileiros à saúde suplementar

Por: Dirceu Canal, presidente da CORPe Saúde, administradora de benefícios em expansão por todo o país

O plano de saúde continua sendo o mais aspiracional dos seguros, mas para o acesso dos brasileiros a esse benefício há desafios como os altos reajustes ocasionados pelo custo médico e as fraudes cometidas por todo o ecossistema.

Como administradora de planos de saúde, nossa missão é encontrar formas para viabilizar que as pessoas tenham acesso aos maravilhosos produtos que são o plano de saúde e de odonto. Hoje somos 213 milhões de brasileiros e o mercado privado de saúde só tem 51 milhões de beneficiários: temos muito espaço para crescer.

Os hospitais da rede São Camilo são referência em São Paulo e se tornaram cada vez mais desejados pelos clientes, pela qualidade técnica do atendimento e pela excelente hotelaria, e agora podem ser acessados por um plano de saúde que tem distribuição exclusiva por corretores parceiros da CORPe Saúde.

O Plano de Saúde São Camilo já funcionava com hospitais da rede em outras cidades, especialmente nas regiões Sul e Nordeste, e com o lançamento em São Paulo abre uma enorme possibilidade de negócios aos corretores parceiros da CORPe. Os clientes que buscavam atendimento nos hospitais São Camilo Pompeia, Santana e Ipiranga, além do

novo São Camilo Oncologia, quando adquiriram planos de outras operadoras do mercado, agora podem contratar diretamente o Plano de Saúde São Camilo em São Paulo, com condições comerciais muito vantajosas para diversos perfis de público. Além destes que são o destaque, a rede do Plano de Saúde São Camilo também conta com outros renomados hospitais credenciados, bem como laboratórios e consultórios.

O Plano de Saúde São Camilo surgiu em 1992, em Concórdia (SC), com a necessidade de apoiar na melhor estruturação dos hospitais da Beneficência Camiliana do Sul. Desde o início, a qualidade na prestação de serviços à saúde foi fundamental para tornar a rede uma referência na região. São 70.630 vidas atendidas por todo o País e 14 unidades do Plano de Saúde São Camilo presentes em nove Estados brasileiros.

Inicialmente, o Plano de Saúde São Camilo tinha modelo de vendas com equipe própria, mas quando entrou no segmento de planos de adesão buscou parceria com a CORPe para a distribuição via corretor. Antes do lançamento em São Paulo fomos testando o modelo em praças que são um pouco menores, no Sul e no Nordeste, pois sabemos que o mercado paulista é voraz. Com o sucesso da parceria pelo país, demos este importante passo para atuar na capital paulista, que está enchendo os olhos dos nossos corretores e clientes.

PROCURANDO SEGURO?

ENTRE EM CONTATO CONOSCO!



SEGURO DE VEÍCULOS
SEGURO RESIDENCIAL
SEGURO DE VIDA
SEGURO SAÚDE
SEGURO PARA ANIMAIS
E MUITO MAIS!



FAÇA SUA COTAÇÃO CONOSCO

(11) 2386-4978



(11) 98209-8670



@JMORATO.CORRETORA

www.jmorato.com.br



COMO RENOVAR SUA CORRETORA DE SEGUROS E SE DIFERENCIAR DA CONCORRÊNCIA

Por: Ping Seguro



Vamos ser sinceros: gerenciar uma corretora de seguros pode ser desafiador. Quantas vezes você já se sentiu sobrecarregado com a quantidade de concorrentes no mercado? Ou percebeu que, apesar de todo o seu esforço, atrair novos clientes e manter os antigos é uma batalha constante? Talvez você tenha investido em várias estratégias de marketing, mas os resultados não foram exatamente os esperados. E quanto à tecnologia? Você sente que está sempre correndo atrás das novidades, mas nunca realmente à frente? Se essas situações soam familiares, saiba que você não está sozinho.

Os desafios são reais e comuns a muitos corretores, mas a boa notícia é que há formas de transformar esses obstáculos em oportunidades. Renovar sua corretora e se diferenciar no mercado não é apenas possível; é essencial. E isso pode ser feito com algumas mudanças estratégicas e a adoção de novas práticas que não só modernizam seu negócio, mas também criam uma conexão mais forte com seus clientes.

Vamos explorar algumas dessas estratégias

APROVEITE O PODER DAS REDES SOCIAIS

Redes sociais são uma ferramenta poderosa para se conectar com seus clientes e prospectar novos negócios. Se sua corretora ainda não está presente nessas plataformas, é hora de mudar isso. As redes sociais não são apenas para se divertir; são um canal valioso para compartilhar conhecimento e construir relacionamentos.

Imagine criar posts que ofereçam dicas práticas sobre como escolher o melhor seguro ou contar histórias de clientes satisfeitos. Esses tipos de conteúdos mostram que você entende do assunto e está disposto a ajudar. Mais importante ainda, eles ajudam a construir confiança e credibilidade.

A interação é a chave. Responda às perguntas e comentários dos seguidores, crie enquetes para entender melhor as necessidades deles e, claro, utilize os anúncios segmentados para alcançar públicos específicos. Campanhas bem direcionadas podem trazer leads qualificados, prontos para serem convertidos em clientes.

ADOTE NOVAS TECNOLOGIAS

A tecnologia está aí para facilitar nossa vida, e no setor de seguros, isso não é diferente. Adotar novas ferramentas pode transformar a forma como você gerencia sua corretora e atende seus clientes.

Um excelente exemplo é o uso de um sistema de gestão de relacionamento com o cliente (CRM). Uma plataforma que pode te ajudar é o Ping Seguro. Um CRM fácil de usar, de layout simples e que atende todos os ramos de seguros. Ele ajuda a organizar informações sobre seus clientes, acompanhar interações e gerenciar leads de forma mais eficaz. Isso significa um atendimento mais personalizado e um serviço de melhor qualidade.

E tem mais: você pode experimentar o Ping Seguro gratuitamente por 7 dias! É uma oportunidade perfeita para ver como essa tecnologia pode revolucionar sua corretora. Acesse [pingseguro.com.br](https://www.pingseguro.com.br) e faça o teste grátis.

SEJA PROATIVO NA COMUNICAÇÃO

Manter uma comunicação aberta e proativa com seus clientes é fundamental. Isso vai além de enviar e-mails esporádicos. Considere criar uma newsletter mensal com novidades, dicas de seguros e atualizações sobre sua corretora. Isso mantém seus clientes informados e engajados.

Outra dica é usar mensagens de texto ou aplicativos de mensagens instantâneas para comunicações rápidas ou lembretes importantes. Muitas vezes, uma mensagem rápida pode resolver uma dúvida ou evitar um futuro problema, como por exemplo uma mensagem avisando que está chegando o prazo limite para declarar o Imposto de Renda.

OFEREÇA UM ATENDIMENTO PERSONALIZADO

Nunca subestime o poder de um atendimento personalizado. Conheça seus clientes pelo nome, entenda suas necessidades e ofereça soluções sob medida. Esse toque pessoal pode fazer toda a diferença na hora de conquistar e fidelizar clientes.

QUANDO VOCÊ TRATA SEUS CLIENTES COMO INDIVÍDUOS ÚNICOS, MOSTRANDO QUE SE IMPORTA COM SUAS NECESSIDADES ESPECÍFICAS, ISSO CRIA UMA CONEXÃO MAIS FORTE E DURADOURA

Esteja disponível para ouvir suas preocupações, responder suas perguntas e resolver seus problemas. Mostre que conhece a personalidade de cada um, enviando conteúdos e mensagens específicas, perguntando como o filho está indo na faculdade, o que achou do último jogo do time que seu cliente torce ou como foi a última viagem que ele fez.

Um atendimento personalizado não apenas fortalece os laços com seus clientes existentes, mas também atrai novos, que buscam um serviço diferenciado e atencioso.

Renovar sua corretora e se diferenciar da concorrência não é uma tarefa impossível. Com algumas mudanças estratégicas e a adoção de novas tecnologias, você pode levar seu negócio a um novo patamar.

Quer saber mais sobre como transformar sua corretora e ficar por dentro das últimas novidades do mundo dos seguros? Acesse o blog do Ping Seguro em <https://www.pingseguro.com.br/blog/>. Lá, você encontra artigos, dicas e muito mais para ajudar a impulsionar seu negócio.

DE CORRETOR PARA CORRETOR

Experientes profissionais do mercado de seguros sempre têm boas histórias para contar. No caso do experiente corretor Richard Furck, empresário e CEO da H&H Corretora de Seguros, a sua principal missão atualmente é ajudar no crescimento das corretoras com base na sua experiência dentro do setor.

Ele é fundador das startups SEGURO10 e ESCOLHERSEGURO, além de cofundador da Q+ Capacitação Corporativa. Com formação em Comunicação Social e Direito, MBA em Estratégias Comerciais e diversas certificações, Richard desenvolveu o método MENTOR DO CORRETOR, a maior plataforma de capacitação comportamental para corretores do mercado.

Como professor em renomadas instituições como USP-FIA, FGV e FAAP, Richard ministra aulas e palestras sobre seguros, vendas, negociação e liderança. Ele também atuou como consultor de negócios para grandes empresas como Coca-Cola, Bradesco, Fiat e Volkswagen, treinando mais de 4.000 pessoas ao longo de sua carreira.

“Há 20 anos eu trabalho na área de capacitação, dando treinamento para empresas e ministrando cursos, palestras e aulas também no universo acadêmico”, relata Furck. O empresário deixou um convite para você (clique na imagem para abrir o vídeo).



Agilidade e Segurança para o seu Negócio!

- ✓ Seguro garantia prestação de serviços, obras e fornecimento
- ✓ Garantia judicial
- ✓ Seguro de Risco de Engenharia e Responsabilidade Civil
- ✓ Seguro de compra e venda de energia
- ✓ Seguro Garantia Locatícia
- ✓ Seguro garantia de pagamento



RM7
SEGUROS

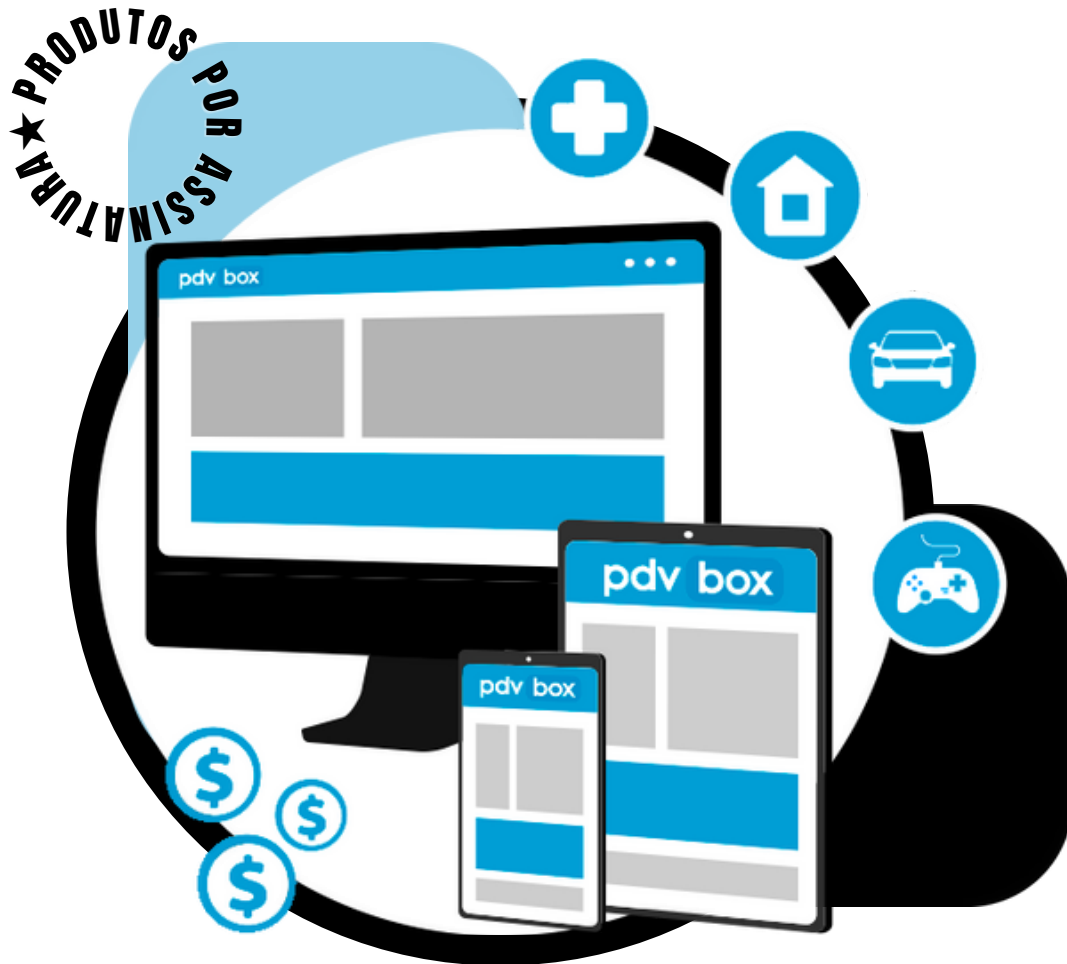
 CLIQUE NOS ÍCONES

 **RM7 Seguros**

 **@rm7_seguros**

RM7
SEGUROS

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

Sistema Full Filment

APRESENTAÇÃO, COBRANÇA, EMISSÃO E GESTÃO



<https://pdvbox.com.br/>

pdv box