



# S E G U R O

## NOVA DIGITAL

48ª EDIÇÃO - NOV/2024



# AGORA, A ÉVORA TAMBÉM É BENEFÍCIOS



AXA NO BRASIL:  
ALINHANDO O  
PRODUTO AO CLIENTE  
P. 12

PITZI PROJETA  
AUMENTO DE 30% NAS  
VENDAS DE FIM DE ANO  
P.24



Agilizar o seu trabalho enquanto está em deslocamento?

**Com a A.V.I. é possível.**

- Gestão da carteira de clientes
- Status de proposta
- Envio de documentos
- e muito mais, tudo via WhatsApp.

**Quero conhecer a A.V.I.**

Veja todas as vantagens de ser um Corretor Icatu Seguros.



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

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

CNPJ: 35.032.476/0001-99

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

Email: contato@seguronovadigital.com.br

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

# Criando raízes profundas

Após 27 anos sendo referência na consultoria em seguro de automóvel, a corretora Évora Seguros expande sua carteira para Benefícios. A verticalização dá o pontapé inicial em um ambicioso projeto para os próximos anos. Aproveitando o momento de mudanças, a empresa também anunciou recentemente sua nova marca, que recorre à cidade de Évora, em Portugal.

As profundas raízes que a empresa criou durante quase três décadas de história vão ser a base de sustentação para entregar uma melhor experiência ao consumidor. O time de executivos da Évora detalhou esta nova fase nesta edição.

As mudanças acontecem também nas seguradoras. A AXA no Brasil anunciou recentemente o novo líder da área de Subscrição: Arthur Mitke. O executivo aumenta suas funções dentro da seguradora, já que também é responsável pela área de Sinistros. A reorganização faz parte da estratégia de crescimento da companhia no país (2023 - 2027).

Esta edição também destaca o Unidos por Elas, um evento que busca engajar os homens na luta por um ambiente corporativo mais igual e justo. Organizado pelo Clube das Executivas de Seguros de Brasília (CESB), o encontro reuniu quase 100 pessoas na capital federal. Presidente do clube, Regina Lacerda revelou com exclusividade os detalhes do evento.

Estas e outras matérias estão disponíveis nesta que é a 48ª edição da revista digital, e a penúltima publicação do ano. Dezembro tem mais.

**Bons negócios!**

*Sergio Vitor Guerra*

# 12

## ENTREVISTA

ARTHUR MITKE  
DETALHA SUA MAIS  
NOVA FUNÇÃO NA AXA  
NO BRASIL

# 26

## TECNOLOGIA

INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL  
VAI AUMENTAR A  
EXPERIÊNCIA DOS  
SINDICANTES

# 38

## ARTIGO

O MERCADO DE  
RESSEGUROS NO  
BRASIL

# 20

## CAPA

ÉVORA MIRA O FUTURO  
AMPARADA POR SUAS  
RAÍZES

# 30

## ESPECIAL

CESB REALIZA A 3ª  
EDIÇÃO DO UNIDOS POR  
ELAS

# 44

## VIDA

BRASILEIROS ENTRE  
OS MELHORES EM  
SEGURO DE VIDA

## Mais tecnologia na sua Gestão!

Com o Ping Seguro, você tem acesso ao CRM que vai te ajudar a organizar a sua corretora e ainda **fidelizar os seus clientes**. É a ferramenta ideal para tornar sua rotina **mais simples e produtiva!**



Que tal dar uma nova chance para o seu negócio?  
Conheça o Ping, **o melhor amigo do corretor!**

Vem fazer um Teste Grátis: [www.pingseguro.com.br](http://www.pingseguro.com.br)

ping  SEGURO

# APOIO AO MOVIMENTO MINHA VIDA PROTEGIDA

“A Proteção financeira, além de ser parte indispensável de uma estratégia financeira global bem-sucedida da jornada de vida das pessoas, representa cuidado e responsabilidade com quem mais amamos e com o nosso futuro. Hoje, apenas 17% dos brasileiros possuem um seguro de vida. O movimento Minha Vida Protegida busca transformar essa realidade, inspirando e conscientizando a sociedade pela necessidade de se proteger financeiramente através do seguro de vida. Queremos que cada vez mais brasileiros entendam o valor de estarem preparados para as certezas e as incertezas da vida”, comenta Renato.

Além de conscientizar a população sobre a importância do seguro de vida, o Minha Vida Protegida deste ano tem como foco engajar profissionais, empresas e instituições do mercado de seguros, capacitando-os como multiplicadores do movimento e fortalecendo o reconhecimento das empresas apoiadoras junto ao público.



Renato Gomes, Superintendente de Vendas Consultivas da Icatu

Pelo segundo ano consecutivo, a Icatu Seguros apoia o movimento Minha Vida Protegida, iniciativa nacional focada em conscientizar a população sobre a importância do Seguro de Vida. A Icatu Seguros contribuirá com conteúdos exclusivos promovidos por Renato Gomes, Superintendente de Vendas Consultivas da Icatu e embaixador do projeto, que estarão disponíveis no perfil no Instagram

[@comunicatu\\_corretor](https://www.instagram.com/comunicatu_corretor).

## CAMPANHA FOCADA EM SEGURO DE VIDA

Para incentivar a contratação do seguro de vida, tanto por pessoas físicas como por pequenas e médias empresas, a Zurich Seguros está lançando a Grand Life Zurich, campanha de vendas para os produtos Zurich Vida Para Você e Zurich Vida Empresa PME.

A campanha, com vigência até 30 de novembro de 2024, tem como objetivo fomentar as vendas e motivar os corretores a diversificarem sua carteira com os produtos da Zurich a partir de benefícios exclusivos. No caso do Zurich Vida Empresa PME, o corretor terá um valor adicional que poderá chegar até R\$ 700,00.

“De acordo com pesquisa realizada pela Federação Nacional de Previdência Privada e Vida (FenaPrevi), em parceria com a Susep

as organizações estão cada vez mais interessadas na contratação de coberturas coletivas. De 2019 a 2023, a adesão de empresas ao seguro de vida em grupo cresceu. Em 2023 alcançou R\$ 15,6 bilhões em prêmios emitidos, registrando um crescimento de 31% em relação a 2019”, destaca Daniela Cruz, Superintendente de Vida, Previdência e Capitalização da Zurich



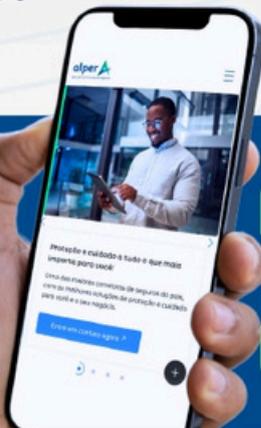
# O poder do **resseguro!**

Para enfrentar desafios e riscos complexos com confiança, é **essencial contar com uma equipe especializada e uma operação ágil e eficaz.**

A Alper Re, divisão de resseguros da Alper, oferece soluções personalizadas para riscos facultativos, facilities e contratos automáticos de qualquer tamanho. Com nossa expertise, **garantimos as melhores opções e o suporte necessário para que você se destaque no mercado.**



**Transforme oportunidades em resultados excepcionais com a Alper Re.** Descubra nossa diferença e eleve seus negócios a um novo patamar.



**LEIA O QR CODE  
E SAIBA MAIS**

Se é seguro, é **alper**   
alta performance em seguros

# MELHORES EMPRESAS NO ANUÁRIO ÉPOCA NEGÓCIOS 360º

A Alper Seguros conquistou a 14ª posição na categoria de Serviços Financeiros no prestigiado Anuário Época Negócios 360º de 2024. A classificação é resultado de uma avaliação rigorosa, que considera critérios como inovação, sustentabilidade, visão de futuro, práticas de governança, responsabilidade social e excelência no atendimento ao cliente.

Este reconhecimento demonstra que alta performance está no DNA da Alper, o que se destaca em sua qualidade e a inovação, valores que têm orientado sua atuação no mercado de seguros e entrega de soluções relevantes e customizadas para seus clientes e parceiros.

Para Marcos Couto, CEO da Alper Seguros, a posição de destaque reflete o empenho da empresa em transformar o setor de seguros no Brasil.

## RECONHECIMENTO NO TROFÉU LÓTUS

A RM7 Seguros conquista mais uma vez o Troféu Lótus, evento promovido pelo Clube das Executivas de Seguros de Brasília (CESB). A premiação reconhece as empresas do setor que promovem a equidade de gênero no ambiente corporativo com ações e projetos. Esta é a terceira edição do evento e a terceira conquista de corretora, que foi representada pela sua fundadora Rosane Mota. O evento aconteceu no dia 9 de novembro, em Brasília.

Rosane avalia que o reconhecimento é fruto da dedicação de todos os colaboradores da empresa. “Esse reconhecimento é resultado do trabalho coletivo de nossa equipe, que acredita que a



Marcos Couto, CEO da Alper Seguros

“Este reconhecimento é fruto do trabalho dedicado de toda a equipe Alper, que se dedica diariamente em oferecer soluções que vão além do básico, antecipando necessidades e fortalecendo nosso compromisso com a transparência e a inovação. Ver nossa atuação validada por uma avaliação tão criteriosa como a do Anuário Época Negócios 360º é motivo de grande orgulho e nos impulsiona a seguir em frente, com ainda mais energia para os próximos desafios”, afirma o executivo.

diversidade é essencial para o sucesso”. Segundo a executiva receber a premiação é uma grande alegria. “Reflete nosso empenho em promover a igualdade de gênero”, pondera.





**CESB**  
Clube das Executivas de  
Seguros de Brasília

# TROFÉU LÓTUS 2024:

Reconhecendo a  
força feminina no  
setor de seguros

Ao premiar aqueles que apoiam a causa feminina, o Troféu Lótus reafirma a importância de um mercado mais inclusivo e justo, onde o talento e o comprometimento das mulheres têm seu devido valor.

**CONHEÇA O CESB**



[www.cesbdf.org.br](http://www.cesbdf.org.br)



# MUDANÇAS NO SEGURO BIKE

A Berkley International do Brasil Seguros S.A, (“Berkley Brasil Seguros”) membro de um dos maiores grupos seguradores dos Estados Unidos, realizou um fórum online com corretores especialistas para promover melhorias no seguro bike.

Pioneira no lançamento dessa proteção no mercado, a seguradora destaca a importância de adequar suas coberturas com as novas necessidades dos clientes, principalmente, ligadas à: Roubo e Furto Qualificado, Acidentes, Uso em Competições e Acessórios.

Edson Toguchi, CEO da Berkley Brasil Seguros comenta que, promover este encontro com os corretores especialistas foi fundamental, sendo uma oportunidade de criar um ambiente



Edson Toguchi, CEO da Berkley Brasil Seguros

colaborativo e rico, acompanhando as exigências dos clientes.

“Agradeço profundamente o tempo dedicado neste encontro onde tivemos a participação de corretores de diversas regiões do Brasil, podendo colher insights de forma regionalizada e com as particularidades de cada carteira de clientes. Foi uma experiência extremamente valiosa para nós e nos ajudou a melhorar e a oferecer um seguro ainda mais competitivo”.

Recentemente, um número crescente de pessoas tem escolhido a bicicleta como meio de transporte diário. As razões são diversas: evitar o trânsito, praticar atividade física ou simplesmente economizar.

# EMITIU, GANHOU



Danielle Titton Fagaraz, da AXA no Brasil

A AXA no Brasil lança a campanha “Emitiu, Ganhou!”, uma iniciativa voltada para corretores de seguros que trabalham com os produtos Empresarial e Condomínio. Válida até 31 de dezembro, a campanha oferece R\$ 100 por cada apólice

emitida, garantindo prêmios diretos e imediatos.

A mecânica é simples: para participar, basta emitir apólices válidas dos produtos Empresarial e Condomínio durante o período da campanha. Os valores serão creditados diretamente na conta do corretor após o pagamento da primeira parcela do seguro, junto ao recebimento da comissão correspondente.

“A iniciativa busca oferecer vantagens aos parceiros que já escolhem a companhia, mas também atrair novos corretores, incentivando-os a conhecer o portfólio da empresa e integrar-se a essa parceria de sucesso”, destaca Danielle Titton Fagaraz, Diretora Comercial Digital e Marketing da AXA no Brasil.



# Saúde do seu jeito!

Um programa de saúde e bem-estar **personalizável** para atender às necessidades do seu negócio.

**Ofereça saúde no seu portfólio!**

Entre em contato e conheça nosso ecossistema

 [comercial@temsaude.com](mailto:comercial@temsaude.com)

 @temsaude

 Tem Saúde

# ALINHANDO O PRODUTO AO CLIENTE

Anunciado recentemente como líder na área de Subscrição da AXA no Brasil, Arthur Mitke ganha uma nova missão dentro da companhia: dar continuidade ao desenvolvimento de proteções que agreguem real valor aos clientes. O executivo, que segue responsável pela área de Sinistros, enxerga este momento como a grande oportunidade da sua carreira.

Isso porque os desafios enfrentados pelas companhias na subscrição de riscos crescem à medida que os eventos adversos acontecem com uma frequência maior. No campo, por exemplo, temporais ou épocas de estiagem estão prejudicando a produção. Enquanto isso, no escritório, empresas se sentem vulneráveis com os sofisticados ataques cibernéticos

A mudança na área de Subscrição acontece no momento em que o plano estratégico de crescimento da seguradora (2023 - 2027) está em curso. Na nova estrutura, Mitke afirma que as soluções ampliadas vão fortalecer o crescimento da companhia nos próximos anos. “Essas mudanças na estrutura organizacional têm como objetivo fortalecer ainda mais nossas bases para sustentar o crescimento previsto até 2027”.



**Seguro Nova Digital - Quais são os focos de atuação do cargo que você acaba de assumir?**

**Arthur Mitke** - Neste novo cargo, o foco principal é garantir produtos e serviços cada vez mais alinhados às reais necessidades dos clientes, oferecendo proteção e soluções inovadoras que impactem seus negócios. Seguiremos também aprimorando continuamente a jornada dos nossos corretores oferecendo soluções simples e inovadoras.

**SND - Embora tenha assumido o novo cargo, você continua como responsável por sinistros. Como encara ter essas responsabilidades simultâneas?**

**AM** - Vejo esse novo desafio como uma grande oportunidade para integrar ainda mais as áreas e melhorar a experiência do cliente junto a AXA. “Essa integração nos permite adaptar rapidamente nossos produtos e serviços às necessidades e expectativas do mercado, garantindo que nossa oferta de seguros esteja

sempre adequada à realidade dos nossos clientes e parceiros”

**SND - A subscrição de um risco é a métrica mais importante para uma seguradora precificar o seguro. Em um cenário no qual os riscos estão cada vez mais incertos, como no agronegócio ou em cibersegurança, por exemplo, quais são os desafios dessa área?**

**AM** - No cenário atual, com riscos complexos, enfrentamos desafios de rápida adaptação e precisão analítica. Dados serão cada vez mais necessários para analisarmos riscos e mitigá-los, agindo como parceiros de nossos clientes na área de gerenciamento de riscos. No agronegócio, por exemplo, é fundamental entender o impacto de mudanças climáticas e outros fatores que afetam a produção e a estabilidade.

Em cibersegurança, lidamos com ameaças em constante evolução e precisamos trazer coberturas e serviços que ofereçam proteção eficaz. A solução está na análise de dados e inteligência de mercado, para que possamos avaliar com precisão e ajustar continuamente nossas estratégias de subscrição. Vivemos num cenário dinâmico e em que necessitamos nos adaptar rapidamente às mudanças.

**SND - A AXA tem um plano de crescimento que começou em 2023 e termina em 2027. Como as mudanças de cargo afetam esse objetivo?**

**AM** - Essas mudanças na estrutura organizacional têm como objetivo fortalecer ainda mais nossas bases para sustentar o crescimento previsto até 2027. O alinhamento entre subscrição e sinistros, e o foco em processos eficientes e inovadores, apoiam diretamente nossa meta de crescimento. A integração com a área de operações liderada por Bruno Porte nos ajuda a otimizar processos, enquanto a parceria com a área comercial fortalece o valor percebido pelos clientes, parceiros e pelo mercado.

**SND - Para 2025, quais são suas perspectivas em torno da sua área de atuação?**

**AM** - Não só para a minha área, mas vemos um 2025 com avanços significativos para a AXA. Continuaremos avançando na digitalização e automação para otimizar processos tanto de subscrição, quanto de sinistros, sem perder o toque humano. Estamos investindo em tecnologias para proporcionar análises ainda mais precisas e agilizar os processos, tornando nossa operação cada vez mais eficiente e segura. Além disso, vejo nossa área cada vez mais integrada às tendências de ESG, colaborando para um mercado mais sustentável e inovador.

**SND - Como você definiria este seu atual momento profissional?**

**AM** - Estou muito feliz e empolgado com o desafio de liderar as áreas de subscrição e sinistros na AXA, uma combinação que me permite ter uma visão estratégica da jornada de clientes e corretores. É extremamente gratificante liderar um time tão competente e comprometido, com quem tenho certeza alcançaremos resultados excepcionais.

**SND - Como você avalia o tratamento que a AXA no Brasil tem com seus profissionais?**

**AM** - A AXA no Brasil prioriza o desenvolvimento de seus profissionais, investindo em oportunidades de capacitação e proporcionando um ambiente que valoriza a diversidade e a inovação. Sinto que há um compromisso genuíno com o crescimento pessoal e profissional de cada colaborador, o que nos inspira a dar o nosso melhor em cada projeto.

**SND - Como você define sua nova missão na seguradora?**

**AM** - Minha missão é continuar desenvolvendo soluções que agreguem valor para nossos clientes, corretores e parceiros, sempre com o olhar voltado para inovação e excelência, fazendo com que o futuro não seja um risco. Acreditamos que essas mudanças fortalecerão ainda mais nossa operação e contribuirão para um futuro de crescimento e sustentabilidade para a AXA no Brasil.



COM A PALAVRA

## O Que Estamos Realmente Vendendo?

Emir Zanatto, CEO da TEx

**Q**uem trabalha no mercado de seguros sabe que, às vezes, o cliente parece enxergar nosso produto como um “mal necessário”. Seguro de carro? “Porque é obrigatório.” Seguro residencial? “Para evitar prejuízo com roubos.” Seguro de vida? “Bom, talvez, mas isso é para quando eu for mais velho.” A lista de justificativas é interminável. E a pergunta persiste: por que não compram seguro?

É tentador culpar o consumidor. “Eles não entendem o valor do seguro.” “Não sabem calcular riscos.” “Deixam tudo para depois.” Mas será que o problema está mesmo do lado de fora? Será que, como indústria, estamos nos perguntando com sinceridade: O que estamos realmente vendendo? Será que estamos oferecendo segurança – ou apenas apólices?

### A VERDADE DESCONFORTÁVEL

A verdade é que, muitas vezes, estamos falando mais sobre nós mesmos do que sobre o cliente. Nos orgulhamos das coberturas, da rapidez no pagamento de sinistros, do uso de tecnologia avançada. Isso é ótimo – para nós. Mas para o consumidor, o que isso significa?

As pessoas não compram seguros porque

entendem o produto. Elas compram porque sentem que precisam. E para sentirem essa necessidade, é preciso algo além de números e coberturas técnicas. É preciso tocar no que é mais importante para elas: suas famílias, seus sonhos, sua tranquilidade.

Se quisermos mudar o jogo, precisamos parar de vender seguros como produtos transacionais e começar a apresentá-los como transformacionais. O Corretor de Seguros não está vendendo contratos. Está vendendo o poder de alguém dormir tranquilo, sabendo que, se algo der errado, há uma rede de segurança. Está vendendo continuidade, proteção e, muitas vezes, uma segunda chance.

### SEGURO NÃO É SOBRE RISCO, É SOBRE CONFIANÇA

Pergunte a qualquer cliente: por que você escolheu essa Seguradora? A resposta quase nunca será técnica. Na maioria das vezes, ela se resume a uma palavra: confiança. Confiança no Corretor que explicou o produto. Confiança na marca da Seguradora. Confiança de que, no momento mais difícil, aquela apólice fará o que promete.

Mas confiança é construída. Ela não surge espontaneamente. E, nesse ponto, precisamos admitir que a indústria de seguros ainda tem muito a melhorar. Quantas vezes complicamos o processo de contratação com termos técnicos desnecessários? Quantas vezes priorizamos o cumprimento de metas ao invés de ouvir o que o cliente realmente precisa?

Seguro não é sobre risco. É sobre confiança. E confiança é um trabalho de longo prazo. Ela começa no primeiro contato com o cliente e continua em cada interação – seja no momento da venda, no atendimento ou, principalmente, no atendimento de um sinistro. Se queremos que as pessoas comprem mais seguros, precisamos trabalhar mais para conquistar sua confiança.

## OS BURACOS NA ESTRADA

Se o seguro é tão essencial, por que ainda enfrentamos tanta resistência? A resposta pode estar nos “buracos na estrada” que tornam a experiência de compra tão difícil. Contratar um seguro deveria ser simples, mas muitas vezes é burocrático. Deveria ser claro, mas muitas vezes é confuso. Deveria ser empoderador, mas muitas vezes parece apenas mais um custo.

Esses buracos desanimam o cliente. Eles aumentam o atrito e afastam a decisão de compra. E o mais preocupante: esses problemas não são culpa do cliente. São falhas no sistema. Um sistema que, muitas vezes, prioriza as regras internas e a rentabilidade acima da experiência do consumidor.

## O QUE PODEOS MUDAR?

Se quisermos atrair mais pessoas para o mercado de seguros, precisamos mudar nossa forma de pensar. Aqui estão três perguntas que acredito que podem nos guiar:

### 1. Estamos realmente ouvindo o cliente?

Nem sempre o cliente sabe o que precisa. Mas ele sabe o que sente. Nossas conversas com os clientes devem partir da vida deles, não das nossas metas. Quais são suas dores, seus sonhos, suas inseguranças? Como o seguro pode resolver isso?

### 2. Estamos simplificando o processo?

No mundo de hoje, ninguém quer lidar com burocracia desnecessária. Quanto mais simples e rápido for contratar um seguro, maiores as chances de o cliente dizer “sim”. Isso inclui desde a linguagem que usamos até a jornada digital.

### 3. Estamos entregando valor – ou apenas cobrindo riscos?

Seguros não são commodities. O valor não está apenas na cobertura, mas no relacionamento que construímos com o cliente. Como estamos mostrando esse valor no dia a dia?

## DE VENDEDOR A PROTAGONISTA

Por fim, precisamos mudar nossa mentalidade como profissionais do setor. Não somos apenas vendedores de apólices. Somos protagonistas na construção de um futuro mais seguro. Cada contrato que assinamos não é apenas mais um número na planilha. É uma família protegida, uma empresa preservada, um sonho que não será interrompido por um imprevisto.

O cliente não compra um seguro por causa de nós. Ele compra por causa dele. O nosso papel é fazer com que ele enxergue isso. E, quando conseguirmos, a pergunta “por que não compram seguro?” começará a ter cada vez menos relevância.



# PRESIDENTE DO GRUPO A12+ PARTICIPA DO CNC GLOBAL VOICES

*Evento voltado para grandes empresários aconteceu no dia 25 de novembro, em São Paulo*

**A** CNC (Confederação Nacional do Comércio) promoveu o CNC Global Voices no dia 25 de novembro, no Palácio Tangará, em São Paulo. O presidente do Grupo A12+, Renner Fidelis, participou do evento, voltado para grandes empresários. A programação contou com a presença de personalidades globais. Entre elas: o ex-primeiro-ministro Tony Blair, que debateu temas sobre o cenário político e econômico do país e do mundo.

Segundo o presidente do Grupo A12+, as empresas desempenham um papel essencial na economia brasileira. Suas experiências e estratégias aplicadas estimulam o crescimento e a inovação. A troca de ideias entre líderes é fundamental para a compreensão da dinâmica do mercado interno e para identificar oportunidades no desenvolvimento socioeconômico do país.

“A estabilidade financeira, a atração de investimentos, o acesso a novos mercados e a transferência de tecnologia contribuem para o crescimento e o desenvolvimento econômico sustentável do país”.

“É preciso estar presente em eventos como o CNC Global Voices para destacar o acesso a recursos e conhecimentos que podem impulsionar a expansão dos negócios”, concluiu Renner Fidelis, presidente do Grupo A12+.



CAMPANHA

**EZZE** do  
**Milhão**

Emita apólices dos produtos **Auto Individual, Empresarial e Residencial** com a EZZE Seguros e aumente suas chances de ganhar um prêmio incrível.

**SERÃO 5 SORTEIOS DE R\$ 200.000,00 (BRUTO)\***

\*INCIDÊNCIA DE 25% DE IMPOSTO NO VALOR TOTAL DO PRÊMIO.

A campanha vai até 31/12/2024.  
Leia o regulamento e participe hoje mesmo!

**ESSA É UMA CHANCE IMPERDÍVEL PARA  
VOCÊ COMEÇAR 2025 COM O PÉ DIREITO.**

**EZZE**  
SEGUROS

# CEO DA **SEGURADORA ALM** PARTICIPA DO REC`N`PLAY, EM RECIFE



*Alexandre Dominguez participou do evento para acompanhar as palestras e ampliar o relacionamento com o empresariado pernambucano*

**O**

CEO da Seguradora ALM, Alexandre Dominguez, marcou presença na 6ª edição do Rec'n'Play, um dos principais eventos de tecnologia, inovação, criatividade, educação, economia, empreendedorismo e cultura do Recife (PE). Com o tema "O Futuro nos Conecta", o executivo acompanhou a programação do Amcham Avança

no dia 7 de novembro, para ampliar o relacionamento com o empresariado pernambucano.

Dominguez afirma que os eventos precisam compartilhar alternativas que insiram a sociedade em debates onde é possível aliar as habilidades humanas e às transformações digitais.

"Conhecido como o carnaval do conhecimento, o Rec'n'Play promoveu diversas atividades envolvendo a população, onde todos foram inseridos em dinâmicas práticas, com o propósito de ampliar os horizontes quando o foco está na inovação. Essa conexão criou um ambiente onde o acesso à informação é para todos, assim como o seguro para a vida, também".

O Amcham Avança promoveu o diálogo entre gestores empresariais, com objetivo de explorar pilares estratégicos, como tecnologia, internacionalização, educação e ESG, em busca de oportunidades para fortalecer as estratégias de novos negócios.

# SAÚDE SUPLEMENTAR

Transforme sua carreira com  
 **cursos especializados**  e aumente  
suas oportunidades profissionais

- ✓ Conteúdo atualizado e completo
- ✓ Flexibilidade para estudar no seu ritmo
- ✓ Investimento que cabe no seu bolso



## SEGURO SAÚDE SUPLEMENTAR

Entenda as nuances do seguro  
saúde e como ele pode beneficiar  
pacientes e operadoras



## SEGURO RC PARA PROFISSIONAIS DA ÁREA DA SAÚDE

Aprenda as especificidades do  
seguro de responsabilidade civil  
para proteção de carreiras.



## LGPD E AS OPERADORAS DE PLANOS DE SAÚDE

Veja como as empresas devem  
garantir a privacidade dos dados  
dos pacientes.

# ÉVORA MIRA O FUTURO AMPARADA POR SUAS RAÍZES



**Em pé:** Eduardo Rizi, Diretor de Automóvel, Marcelo Leite, Diretor de Benefícios e Thiago Rocha, Diretor Geral; **Sentadas:** Milena Piva, Diretora de RH e Aline Freire, Gerente de Marketing

Consolidada no seguro de automóvel, Évora Seguros cria a área de Benefícios, e vai usar sua experiência de 27 anos no setor para ser referência em consultoria e em distribuição do segmento

**O** teixo é uma rara árvore da flora portuguesa que pode ultrapassar os dois mil anos. As raízes profundas combinadas à altura que pode chegar a 25 metros simbolizam solidez e renovação, implantadas de dentro para fora. Essas características traduzem o novo momento da Évora Seguros, um nome inspirado na cidade de Évora, em Portugal.

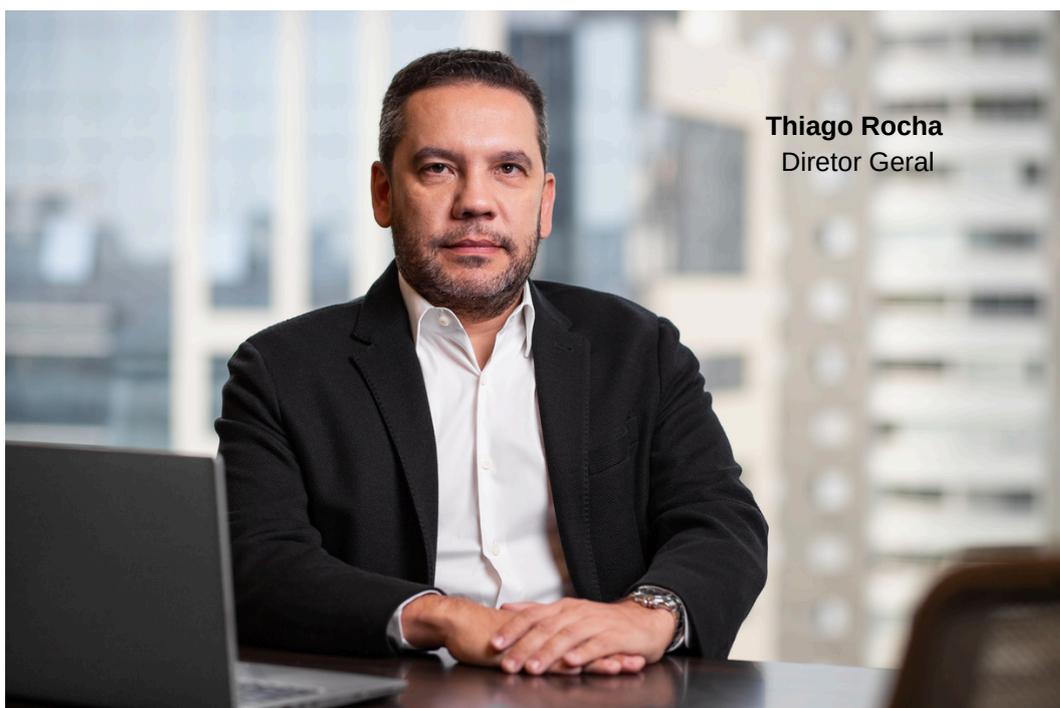
A mudança de marca acontece ao mesmo tempo em que a corretora de quase três décadas de atuação no mercado anuncia a expansão do seu negócio.

Conhecida pela sua atuação no Seguro de Automóvel, mais de um milhão de clientes passaram pela empresa. A experiência adquirida com tantos segurados é agora o pilar de sustentação do plano de expansão da corretora, que anuncia a sua nova área de Benefícios. “Não faz sentido ter uma carteira tão grande e deixar de explorar outras áreas”, avalia Thiago Rocha, Diretor Geral do Grupo Évora.

Em cinco anos, o ramo de Benefícios vai representar 20% do faturamento da

companhia. Desse modo, além de aproveitar o tamanho da sua carteira de clientes para fazer cross-sell, a corretora vai estreitar o relacionamento com potenciais segurados pela internet. “O volume de seguros para ofertar é muito grande para o tamanho do público que a gente tem”, constata Thiago.

Para ampliar o portfólio, a Évora adotou uma condição: garantir que os serviços de benefícios tenham o mesmo know-how e expertise conquistada nos seus 27 anos. Logo, foi buscar um executivo que conhecesse a história da empresa e que tivesse experiência na área.



**Thiago Rocha**  
Diretor Geral



A Évora Seguros tem 27 anos de história e é reconhecida por sua liderança no setor de seguros automotivos. A renovação no visual da marca reflete na transformação da empresa, que busca reforçar seu papel como uma corretora completa, atendendo pessoas e negócios de todos os tamanhos, com soluções de seguros sob medida.

As solidez nesse ramo é a base para o desenvolvimento de outras nova áreas que a corretora pretende explorar. O primeiro passo desse processo foi a inauguração da área de Benefícios, que é liderada pelo experiente executivo Marcelo Leite.

O próximo passo será o Consórcio, alternativa de investimento que está cada vez mais sendo demandada pelos brasileiros.

Marcelo Leite, profissional com 30 anos de atuação no mercado, chegou em novembro de 2023 para iniciar a estruturação da área.



Marcelo Leite, Diretor de Benefícios

O desafio de construir um novo momento na companhia atraiu o executivo. “O mercado sempre viu a Évora como corretora de automóveis”, lembra Leite.

## “Agora, a Évora também é Benefícios”

Marcelo Leite, Diretor de Benefícios

A vertical terá debaixo do seu guarda-chuva os ramos de Saúde, Odonto, Seguro de Vida e Seguro Viagem. Ele vai atender todos os nichos: desde o Vida Individual, passando pelo plano familiar e de pequenas e médias empresas, bem como os produtos corporativos.

Esta fase de mudanças é concomitante à evolução de marca da companhia. A executiva Aline Freire, que possui 20 anos de experiência e tem passagens por importantes empresas do mercado segurador, foi contratada como Gerente de Marketing na metade deste ano para liderar o processo de rebranding.

“Recebi o desafio de posicionar a comunicação da Évora em linha com o seu reconhecimento e trazendo o que enxergamos para o futuro”,

salienta. Segundo ela, a transformação da marca vai muito além da estética.

## “É a história da companhia contada em uma marca, bem como um reforço do nosso novo posicionamento de mercado”

Aline Freire, Gerente de Marketing

As mudanças estão atreladas não só à criação da área de Benefícios, mas também a toda expansão projetada para os próximos anos. “Esse rebranding está muito conectado com todos os nossos objetivos e metas daqui para frente”, explica.



Aline Freire, Gerente de Marketing

### A “MOLA PROPULSORA”

Seguro Auto continua sendo uma área importante para a corretora. Números da Confederação Nacional das Seguradoras (CNseg) mostram um volume de 20,1 milhões de veículos segurados no país, o que representa 30% da frota em circulação.

Eduardo Rizi, Diretor de Automóvel da companhia,

explica que ramo será uma “mola propulsora” para aumentar as vendas de seguros de Vida, Saúde, Odonto e Viagem. O objetivo é que a empresa faça um cross-sell na carteira consolidada do seguro auto. “Na Évora, o Seguro de Automóvel é uma carteira parruda e pronta para impulsionar os outros segmentos da corretora”.

A diversificação dos produtos oferecidos exigiu uma mudança na atuação dos mais de 200 funcionários da corretora. Os profissionais, familiarizados com as vendas de seguros para automóveis, passam por um processo de adaptação a fim de ofertar as novidades já disponíveis na empresa para os atuais e futuros clientes. “Temos o DNA do automóvel. Estamos usando toda essa expertise para mudar o comportamento do colaborador para oferecer os outros seguros”, informa o executivo.

Para Rizi, com a Évora fortalecendo sua nova vertical de benefícios, fica ainda mais claro a importância do papel do corretor na ponte entre clientes e seguradoras.

“No contato direto com o cliente, sabemos do que ele precisa e identificamos oportunidades para ampliar parcerias. As seguradoras que trabalham junto conosco e contribuem nesse relacionamento, só tendem a ganhar”

Eduardo Rizi, Diretor de Automóvel

## CRESCIMENTO ORGÂNICO

É na confiança do trabalho do corretor que a companhia pretende explorar outros segmentos do mercado. O Diretor Geral da Évora, porém, é cauteloso com o projeto de ampliação das carteiras. A justificativa é de que todas as ideias precisam ser bem estruturadas antes de colocá-las no mercado e oferecê-las ao consumidor, bem



Eduardo Rizi, Diretor de Automóvel

como ganharem corpo antes de partir para mais uma novidade.

É na confiança do trabalho do corretor que a companhia pretende explorar outros segmentos do mercado. O Diretor Geral da Évora, porém, é cauteloso com o projeto de ampliação das carteiras. A justificativa é de que todas as ideias precisam ser bem estruturadas antes de colocá-las no mercado e oferecê-las ao consumidor.

Thiago Rocha adianta que o próximo passo será o lançamento da área de Consórcios. Segundo o executivo, é um nicho capaz de produzir rápidos resultados e apresentou um crescimento exponencial nos últimos anos. “Faz sentido, porque é um mercado em alta. Todo mundo está procurando, pois a taxa de juros está alta”, avalia. Ele antecipa que “é uma área que precisa de dedicação”.

De acordo com o mais recente levantamento da Associação Brasileira de Administradora de Consórcios (ABAC), o sistema encerrou o mês de agosto próximo de alcançar 11 milhões de participantes, um recorde histórico. No mesmo período, em 2023, eram 9,94 milhões de consorciados.

A corretora projeta um crescimento orgânico no próximo ano, sobretudo em São Paulo, onde predomina seus negócios. Atualmente, 75% dos clientes moram no estado. O rebranding e a inauguração da área de Benefícios são o pontapé inicial para uma empresa que promete ser referência em todos os ramos de atuação. Para atingir o objetivo, a Évora Seguros apoia-se nas raízes criadas no passado e constrói o presente e o futuro com o olhar de inovação.

# PITZI ESPERA AUMENTO DE 30% NAS VENDAS DE FIM DE ANO

*Demanda por seguro deve ser maior com o crescimento nas vendas de smartphones durante a Black Friday e o Natal*

**C**om a aproximação da Black Friday e do Natal, a Pitzi, startup do segmento de proteção e seguro para celulares no Brasil, prevê crescimento de 30% nas vendas entre novembro e dezembro, em comparação com 2023. Além disso, a empresa espera superar em 20% as vendas de seguros em relação à Black Friday do ano passado, que considera um marco histórico.

Pesquisa realizada por Tray, Bling, Melhor Envio e Vindi revela que 51% dos brasileiros planejam comprar eletrônicos durante a Black Friday, com destaque para a forte demanda por smartphones e outros dispositivos tecnológicos. Complementando a tendência, relatório da Nodus aponta que 54% dos consumidores desejam adquirir eletrônicos, evidenciando que esses produtos estão entre os itens mais procurados.

"Com o aumento das vendas de eletrônicos, a demanda por seguros para celulares também cresce de forma significativa. Além de proteger os consumidores, é uma oportunidade para os varejistas incrementarem suas receitas, oferecendo a proteção aos clientes como valor agregado", ressalta Tatiany Martins, vice-presidente da Pitzi.

## CAMPANHA DE FIM DE ANO

Para engajar seus parceiros durante o período, a Pitzi vai lançar sua tradicional campanha de fim de ano, que engloba tanto a Black Friday quanto o Natal.

"Nesta época do ano, nosso time de gerentes de relacionamento se aproxima ainda mais dos parceiros, auxiliando em diagnósticos e estratégias para que estejam prontos para vender. Também apoiamos na argumentação comercial e oferecemos premiações bastante atrativas na campanha de fim de ano, como forma de incentivo às vendas"

Para participar da campanha, é necessário estar cadastrado no Pitzi Ninja, o app da empresa dedicado ao engajamento dos parceiros.

Tatiany Martins, vice-presidente da Pitzi



# TEx Predicts

## A forma mais simples e rápida de simular o valor do seguro

Saia na frente da concorrência e crie um diferencial para sua operação!

Com o TEx Predicts, você conquista o potencial segurado apresentando uma previsão do valor do seguro em poucos cliques, de onde estiver.



The image shows a woman with curly hair wearing a yellow sweater, smiling while holding a smartphone. The phone screen displays the TEx Predicts app interface. The app has a white background with blue accents. At the top, it says 'TEx Predicts'. Below that, it asks the user to 'Preencha os campos abaixo para obter o prêmio estimado'. The form is divided into two sections: 'Informações do veículo' and 'Informações pessoais'. In the vehicle section, the user has entered 'VW - Volkswagen' for the brand, '2022' for the model year, and 'Fox Connect 1.6-Flex 8V 5p' for the model. The FIPE value is shown as 'R\$ 65.403,00'. In the personal section, the user has entered '1983' for the birth year and '1' for the bonus class. At the bottom of the screen, there is a blue bar with a dropdown menu set to 'Franquia reduzida (50%)' and a table showing 'Valor mínimo R\$ 4.041', 'Valor máximo R\$ 4.276', and 'Franq. R\$'.



### Entre em contato

Escaneie o QR code ao lado e cadastre-se para conhecer o TEx Predicts

# INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL VAI AUMENTAR A EFICIÊNCIA DOS SINDICANTES

*Parceria entre Sindicante Digital e Oalai combina o projeto inovador no trabalho dos profissionais sindicantes e a experiência na aplicação de Inteligência Artificial nas empresas*

*Sergio Vitor Guerra*

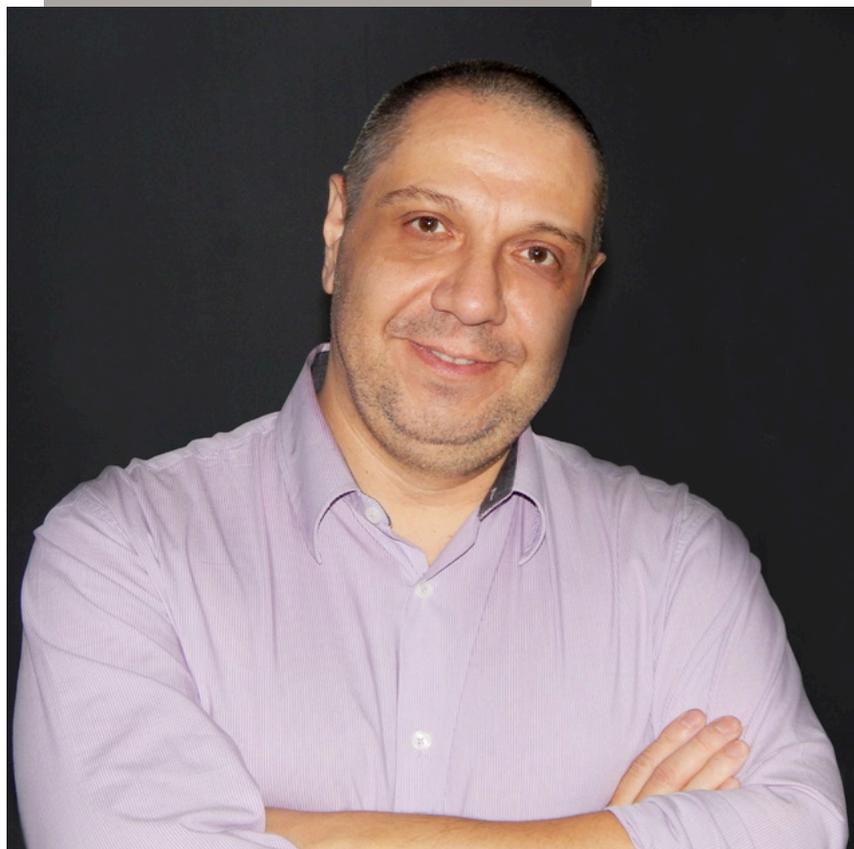
**A**vançando no seu plano de consolidação no mercado de seguros, o Sindicante Digital fecha parceria com a Oalai, empresa focada em projetos de transformação digital. O objetivo dessa união é aumentar a eficiência no trabalho dos profissionais sindicantes com o uso de Inteligência Artificial. O projeto estará disponível a partir do ano que vem.

A ideia central dessa iniciativa é fornecer ferramentas para tomadas de decisões mais assertivas dos investigadores. Desse modo, o uso de IA vai estruturar dados desordenados e automatizar parte do trabalho, aumentando a produtividade e a qualidade da investigação.

Fundada em 2013, a Oalai auxilia as companhias na implementação do chamado 'roadmap', que é o caminho seguido por uma organização para viabilizar a implementação de novos projetos. Além disso, a startup cria uma disciplina focada na prevenção de fraudes e perdas, importantes desafios para diversas empresas.

Toni Meneses, CEO da Oalai, conta que um dos projetos mais inovadores da empresa é a criação de uma solução voltada para o setor de sindicância e investigação. "Utilizamos IA para enriquecer e organizar os dados".

Toni Meneses, CEO da Oalai



Segundo o especialista, a solução em desenvolvimento com o Sindicante Digital utiliza dois modelos: um é determinístico, baseado em dados estruturados, e o outro visa organizar informações desestruturadas, cuja interpretação é comprometida. “Esse modelo híbrido visa integrar e melhorar a análise, ajudando profissionais a tomar decisões mais fundamentadas”, avalia Menezes.

## A UNIÃO DO HUMANO COM O DIGITAL

O CEO do Sindicante Digital, Luiz Bocuto, defende que é importante não apenas “surfar a onda” das novas tecnologias, mas também potencializar o trabalho humano. “Vamos desenvolver um produto que seja realmente relevante para o mercado, oferecendo aos profissionais as ferramentas necessárias para melhorar seus resultados”, destaca o executivo. Sendo assim, ao invés de substituir o trabalho dos profissionais, a IA vai agregar valor na sua atividade, sem substituir o aspecto humano da investigação.

Bocuto lembra que o projeto está sendo implementado por fases de estruturação. “Está sendo cuidadosamente moldado até 2025”. Segundo ele, a meta é

“Construir uma estrutura capaz de oferecer recursos e a compreensão necessária para otimizar o trabalho da área de sindicância das seguradoras”

O pioneirismo do Sindicante Digital é uma das características que torna o projeto único. Enquanto o uso de IA está cada vez mais presente em diferentes setores de produção econômico, no ramo de investigação ainda há um grande espaço para inovação.

Toni Menezes destaca que o projeto é pioneiro no setor. Isso porque dentro das instituições responsáveis pela investigação e sindicância, como departamentos de polícia e ministérios públicos, o uso de inteligência artificial ainda é baixo. “A combinação de IA com a interpretação cognitiva dos dados proporciona aos investigadores uma forma mais organizada de trabalhar”.

Por fim, o resultado da união entre Sindicante Digital e Oalai promete levar inovação ao setor. A avaliação das duas empresas é de que a integração de ferramentas de IA com o trabalho intelectual dos sindicantes vai criar um caminho novo e promissor para um setor que ainda está começando a usar essas tecnologias.

Luiz Bocuto, CEO do Sindicante Digital



# TREINAMENTO INSPIRA CORRETORES DA HOWDEN EM JORNADA SOBRE MISSÃO, VISÃO, VALORES E CULTURA ORGANIZACIONAL



Richardo Furck, fundador do Mentor do Corretor, na Howden Leaders

---

Durante a mentoria, os corretores exploraram como a Missão vai além de simples palavras, representando o propósito diário que guia a empresa e seus colaboradores. A importância de uma Visão clara e inspiradora também foi destacada como motor para o crescimento sustentável e a inovação, estimulando corretores a pensarem em metas de longo prazo tanto para suas carreiras quanto para o setor de seguros.

Além disso, os Valores foram abordados como elementos essenciais para a tomada de decisões éticas e consistentes, fortalecendo a confiança e a credibilidade — ativos preciosos na construção de relações duradouras com os clientes. A Cultura Organizacional foi discutida como o alicerce que sustenta a prática desses valores e mantém a equipe alinhada, promovendo um ambiente de trabalho que valoriza a colaboração, o aprendizado e o desenvolvimento contínuo.

Com essa mentoria, os corretores da Howden foram encorajados a refletir sobre a importância desses pilares e a aplicar esses conceitos no dia a dia, contribuindo para um mercado de seguros cada vez mais ético e comprometido com o bem-estar e a proteção dos clientes.

**N**esta última sessão de treinamento, os corretores de seguros da Howden tiveram a oportunidade de participar de uma mentoria enriquecedora focada em pilares fundamentais para o sucesso no setor: Missão, Visão, Valores e Cultura Organizacional. Sob a condução do especialista Richard Furck, CEO do Mentor do Corretor. O encontro trouxe reflexões valiosas e práticas para profissionais que buscam não apenas entender, mas viver os valores que norteiam o mercado de seguros.

# 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



## CESB CELEBRA 3ª EDIÇÃO DO UNIDOS POR ELAS

*Evento engaja o público masculino na luta por um ambiente corporativo mais justo e igual entre homens e mulheres*

**O** Clube das Executivas de Seguros de Brasília (CESB) vem promovendo iniciativas de inclusão no setor. Uma dessas frentes é o evento Unidos por Elas, que visa envolver os executivos do mercado na discussão sobre a importância da diversidade de gênero no ambiente corporativo. A 3ª edição do evento aconteceu no dia 24 de setembro, na capital federal, e contou com a participação de cerca de 80 pessoas.

O Unidos Por Elas nasceu inspirado pelo movimento He For She, da Onu, que reconhece a importância de homens e mulheres caminharem juntos pela equidade de gênero.

A presidente do CESB, Regina Lacerda, avaliou que o evento abre espaço para as mulheres entenderem que o apoio e a cooperação dos homens são fundamentais para conquistar um ambiente mais justo, “no qual as mulheres possam ocupar seu espaço com igualdade de oportunidades”.

As trocas de experiências entre homens e mulheres é importante para deixar não só o ambiente mais diverso, mas também para o resultado das organizações. De acordo com o relatório The Ready Now Leaders da Ong Conference Board, as companhias com pelo menos 30% de mulheres em cargos de liderança têm 12 vezes mais chances de estar entre as 20% melhores em desempenho financeiro.

Com mais de 30 anos de experiência no mercado de seguros, a executiva entende que o trabalho em conjunto é a chave para promover a inclusão e o crescimento da participação feminina em cargos de liderança no setor. Regina ficou feliz com a nova dinâmica do encontro.

“O formato novo deixou o evento fantástico. As esposas levaram os maridos para eles entenderem o ambiente em que elas trabalham”

## ENTREVISTA COM JEAN BRUNETTO

Regina foi a mediadora do encontro e conversou com Jean Brunetto, Diretor Comercial Varejo Centro-Oeste da Tokio Marine, e Rodrigo Moscoso, executivo do setor. Brunetto contou sua história de vida, destacou a importância do Unidos por Elas e falou sobre quais reflexões tirou do evento.

**Regina Lacerda - Por que você aceitou participar dessa edição do Unidos por Elas?**

**Jean Brunetto** - Eu acredito que é fundamental que todos nós endossamos e sejamos aliados na luta das mulheres por mais representatividade e valorização em todos os espaços. Dito isso, aceitei participar dessa edição do Unidos por Elas para usar essa oportunidade para colocar em evidência algumas das mulheres incríveis com quem tive a oportunidade de trabalhar – e com as quais ainda trabalho! – e que merecem respeito e voz para exercerem suas profissões.

**RL - Você é um experiente executivo do Mercado de Seguros. Como você avalia a participação da mulher no setor desde o início da carreira até os dias atuais? Houve importantes avanços?**

**JB** - Acredito que, cada vez mais, as mulheres têm

ocupado espaços de relevância em todos os setores e, em especial, no segmento de Seguros também.

De acordo com o Global Gender Gap Report, o Brasil passou da 94ª posição entre 146 nações na diminuição da desigualdade de gênero, em 2022, para 57ª em 2024.

Já quando falamos do mercado de Seguro propriamente, a 4ª edição do estudo Mulheres no Mercado de Seguros no Brasil, produzido pela Escola de Negócios de Seguros e divulgado em 2022, apontou que haviam dois homens em cargos executivos para uma mulher – dado que, em 2012, era de quatro para um.

Sabemos que ainda há muito o que melhorar, porém acredito, sinceramente, que estamos caminhando para progressos ainda maiores quando pensamos em equidade de gênero em nosso segmento, no Brasil e no mundo.

**RL - Como o tema da equidade de gênero é tratado dentro da Tokio Marine?**

**JB** - Com o objetivo de compilar, propor e disseminar boas práticas e novas ideias, a companhia conta com um time multidisciplinar, formado por colaboradores de diferentes áreas.



Jean Brunetto, da Tokio Marine, é entrevistado por Regina Lacerda, presidente do CESB e mediadora do Unidos por Elas

No que diz respeito à diversidade, um dos pilares estratégicos, desde 2017 existe o “Tokio com Todos”, programa que tem por objetivo ser um guarda-chuva de todas as iniciativas voltadas à promoção da igualdade e diversidade, incentivando a valorização de todos os grupos, independentemente de gênero, raça, religião etc.

Esse programa compreende a inclusão de mulheres, pessoas com deficiência e indivíduos com mais de 50 anos, entre outros grupos, independentemente de gênero, raça, religião, valorizando a diversidade de pensamento e o respeito às diferenças. Essas iniciativas se refletem também em importantes reconhecimentos conquistados pela Companhia, como os rankings GPTW50+, GPTW Étnico-Racial, GPTW Mulher e GPTW LGBTQIA+.

Já em 2019, a companhia promoveu a criação do Grupo de Diversidade e Inclusão, um espaço democrático para pensar, construir e fomentar ações que contribuam para tornar o ambiente de trabalho mais justo, mais respeitoso e mais igualitário.

O Grupo de Diversidade e Inclusão promove ações como a Semana de Diversidade, que tem como principal objetivo fomentar a noção de respeito às diferenças na Tokio Marine. A ação convida os colaboradores a refletir, por meio de atividades lúdicas, sobre questões como empatia, diversidade de pensamento, racismo, homofobia, machismo e sororidade.

**RL - Qual é a importância de um evento dessa natureza para o setor de Seguros nacional?**

**JB** - Eventos como este são essenciais para que nós possamos continuar a ecoar debates, que já estamos promovendo dentro das Seguradoras, sobre a necessidade de investirmos em medidas de equidade de gênero para o avanço do nosso segmento. Empresas pequenas precisam ter acesso a esses programas também. O CESB está de parabéns! Uma produção criativa, divertida e muito acolhedora, debatendo um tema tão relevante de forma descontraída e muito significativa para todos.

**RL - O que você pôde extrair da reflexão sobre o evento?**

**JB** - Acredito que a principal mensagem que pude extrair do evento é que ainda temos muito trabalho pela frente e que a estrada é longa em busca de uma maior representatividade feminina no mercado securitário. Mas saio com a certeza de que estamos no caminho certo.

# SEGURO DE VIDA É A BOLA DA VEZ!

*O cliente está mais consciente da necessidade de proteção, especialmente depois da pandemia, e demandando este produto*

A **MISTER LÍBER** CORRETORA DE SEGUROS É ESPECIALISTA EM SEGURO DE VIDA HÁ 40 ANOS!

**ML** Mister  
Líber  
Corretora de Seguros

Treinamos e fazemos parcerias com corretores que querem aproveitar esse oceano azul de oportunidades!  
Fale conosco: [www.misterliber.com.br](http://www.misterliber.com.br)

# SEGURO VIAGEM: UM PRODUTO INDISPENSÁVEL PARA SEUS CLIENTES E SUA CORRETORA

Por: Ping Seguros

**S**eguro viagem é mais do que um item de checklist para turistas ou viajantes a trabalho. É uma oportunidade para corretores de seguros se destacarem no mercado, oferecendo proteção e tranquilidade em momentos que podem ser delicados. Além disso, é uma excelente porta de entrada para fortalecer sua relação com os clientes e explorar novas oportunidades de venda. Vamos entender como o seguro viagem pode beneficiar tanto seus clientes quanto sua corretora e por que você deveria dar mais atenção a este produto.



## POR QUE O SEGURO VIAGEM É TÃO IMPORTANTE?

Viajar é um momento de realização pessoal ou profissional, mas também pode trazer imprevistos. Extravio de bagagens, atrasos de voos, problemas de saúde, acidentes e até mesmo emergências jurídicas podem transformar uma experiência dos sonhos em um pesadelo.

O seguro viagem oferece cobertura para esses contratemplos, garantindo que o cliente aproveite sua viagem com tranquilidade. Mais do que isso, ele demonstra cuidado e atenção do corretor, o que é essencial para fidelizar o cliente.

Além disso, o seguro viagem tem um custo acessível e uma percepção de valor altíssima, já que as coberturas frequentemente evitam grandes prejuízos financeiros e emocionais. Ele é ideal para viagens internacionais, onde despesas médicas podem ser exorbitantes, mas também é cada vez mais popular em viagens nacionais, especialmente para turistas que participam de atividades ao ar livre ou esportes radicais.

## COMO UM CORRETOR PODE VENDER MAIS SEGURO VIAGEM?

Entenda o cliente e antecipe necessidades. Identifique clientes que viajam frequentemente ou que mencionam planos de viagens. Essas informações podem ser usadas para oferecer um produto que atenda perfeitamente às suas necessidades.

Nem todos os clientes sabem o que o seguro viagem cobre. Explique de forma simples e clara os principais benefícios, como:

- Cobertura de despesas médicas e hospitalares.
- Reembolso por extravio de bagagens.
- Cancelamento de viagem por motivos de força maior.
- Assistência jurídica no exterior.
- Cobertura para atividades esportivas.

Ao destacar os benefícios práticos, você aumenta a percepção de valor do seguro.

Crie ofertas personalizadas

Cada cliente é único. Ajuste as coberturas conforme as necessidades específicas da viagem. Por exemplo, clientes que viajam com crianças podem valorizar a assistência médica, enquanto os que participam de

esportes radicais precisam de cobertura adicional.

Ofereça o seguro como parte do planejamento da viagem

Posicione o seguro como parte essencial do planejamento, ao lado de passagens, hospedagem e passeios. A ideia de “viajar tranquilo” pode ser um argumento decisivo para a venda.

## SEGURO VIAGEM E CROSS SELLING

Seguro viagem é um excelente produto para iniciar uma relação de confiança com o cliente. A partir dele, você pode explorar outros seguros complementares, como residencial, automóvel e vida, criando oportunidades para o cross selling.

Com a ajuda da tecnologia, essa abordagem pode ser ainda mais estratégica. Por exemplo, ao identificar clientes que adquiriram seguro viagem, você pode programar campanhas para oferecer renovação ou outros produtos relacionados

O seguro viagem é mais do que um produto; é uma chance de demonstrar cuidado e agregar valor para seus clientes. Seja para proteger uma viagem internacional ou oferecer tranquilidade em destinos nacionais, ele reforça seu papel como um corretor essencial na vida de seus clientes.

E lembre-se: com o CRM Ping Seguro, você pode transformar sua gestão e impulsionar suas vendas. Clique aqui, experimente e veja como é fácil organizar sua carteira, fidelizar clientes e crescer no mercado!



## BRAZIL HEALTH MARCA PRESENÇA NO 23º CONGRESSO BRASILEIRO DOS CORRETORES DE SEGUROS

**D**e 10 a 12 de outubro, a Brazil Health esteve presente no 23º Congresso Brasileiro dos Corretores de Seguros, realizado no Expo MAG, no Rio de Janeiro. O evento reuniu profissionais do setor de todo o país e foi um ponto de encontro para networking, atualização e apresentação de inovações voltadas para o mercado de seguros.

“Para nós da Brazil Health, foi uma oportunidade ímpar de compartilhar nossa proposta de assessoria completa aos corretores de seguros, reforçando nosso compromisso com o crescimento e o sucesso desses profissionais”, conta Marcelo Reina, CEO da Brazil Health.

A empresa apresentou aos corretores os serviços e soluções que visam facilitar o dia a dia de quem atua com seguros. “Nosso

objetivo é claro: garantir que cada corretor tenha o suporte necessário para otimizar suas rotinas, aumentar o foco em vendas e, principalmente, se manter atualizado com os treinamentos que oferecemos”, conta Reina.

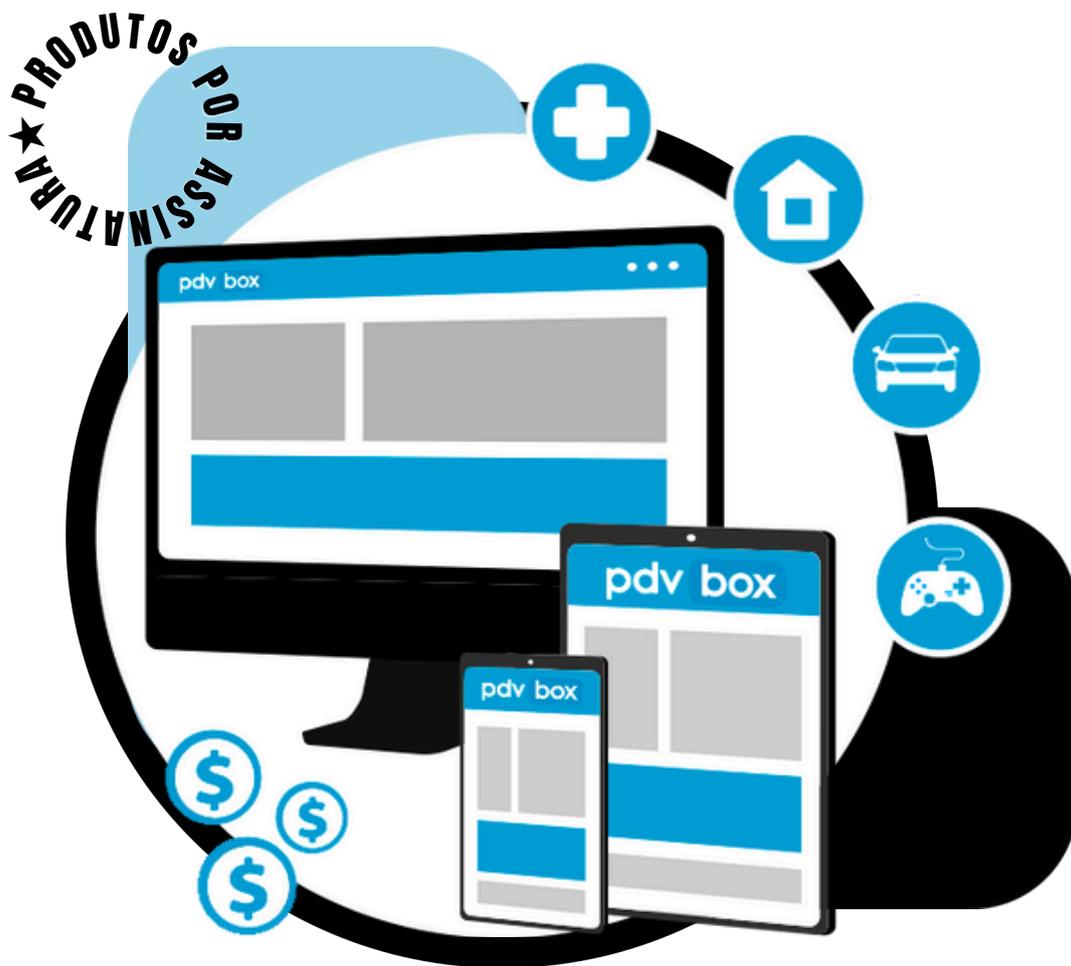
Segundo o executivo, a assessoria da Brazil Health proporciona as ferramentas e capacitação para que o corretor dedique seu tempo e energia ao que realmente importa, gerar valor para os clientes e impulsionar suas vendas.

Os treinamentos, atualizações sobre produtos e o acompanhamento personalizado foram os destaques da apresentação aos corretores no Congresso. Nesse sentido, a Brazil Health acredita que, ao fornecer uma base sólida e capacitada, os corretores podem se destacar e alcançar melhores resultados no competitivo mercado de seguros.

“Nosso modelo de assessoria é desenvolvido para adaptar-se às necessidades individuais dos corretores, garantindo que cada um tenha uma experiência de suporte alinhada às suas metas e particularidades de trabalho”, detalha o CEO da companhia.

Por fim, a Brazil Health avalia que no Congresso pôde reforçar o seu compromisso com a inovação e a excelência, levando soluções práticas e relevantes para quem deseja crescer e consolidar sua carreira no setor.

# 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**



# O MERCADO DE RESSEGUROS NO BRASIL E O POSICIONAMENTO DA ALPER

Por: Alexander Barbosa Ferreira,  
diretor de Resseguros da Alper Re

O conceito da Inflação, segundo Keynes, é o que melhor define a pressão exercida pelo aumento dos custos operacionais nas margens de lucro das empresas. No contexto dos seguros, essa dinâmica leva o mercado a buscar soluções mais eficientes na proteção contra determinados riscos que, devido à sua complexidade ou especificidade, encontram salvaguarda na indústria dos Resseguros.

Essa busca, porém, tem encontrado travas, especialmente em produtos mais tradicionais. O mercado de resseguros passa por um período complexo, no Brasil e no exterior, desde a pandemia da Covid-19, com resseguradoras sentindo impactos diretos em suas exposições, capacidade financeira e apetite a riscos.

Passados quase cinco anos, o cenário segue com desafios às resseguradoras. Agora, além dos efeitos pós-pandemia (como uma maior exposição aos riscos cibernéticos relacionados ao aumento da digitalização do trabalho), vemos também impactos profundos provocados pelos riscos climáticos e outros relacionados à dinâmica geopolítica.

No contexto ambiental, os últimos anos têm sido marcados por eventos climáticos cada vez maiores em intensidade e frequência, com boa parte deles atingindo regiões de alta exposição a seguros.

Dentre eles, destacamos as inundações e secas recordes vistas no Brasil, incêndios de grandes proporções na Austrália, Califórnia e Portugal, além dos furacões que atingem os EUA e Leste Asiático.

No campo geopolítico, as atenções se voltam ao estado de constante tensão no

Oriente Médio, ações de pirataria no Mar Vermelho e o conflito Rússia x Ucrânia. Sobre esse conflito em específico, estimativas apontam custos às seguradoras de até US\$ 20 bilhões por conta de reparações e indenizações - a exemplo do arresto em solo russo de aeronaves de fabricação europeia e norte-americana em retaliação ao apoio da Otan à Ucrânia.

## EM MEIO AOS DESAFIOS, OPORTUNIDADES

Com a elevação dos riscos, situações que antes eram acomodadas em carteiras tradicionais de seguradoras passaram a ser trabalhadas de forma facultativa. Isso abre margem às resseguradoras que, por sua vez, não querem se expor de maneira automatizada a ameaças mais voláteis.

Nesse cenário, temos sentido na Alper Re o aumento das oportunidades e das taxas de prêmio para riscos considerados complexos e não-ortodoxos (diferenciados), com precificação e condicionantes de contratação definidos de modo específico.

---

“É o caso, por exemplo, dos **Seguros Paramétricos** voltados ao Agronegócio. São produtos inovadores no mercado brasileiro, que vinculamo seguro a parâmetros pré-determinados ligados ao clima (volume de chuvas, temperatura, ação de ventos etc) monitorados em tempo real via satélite”

---

Outra tendência está nas operações de Portfolio Solutions, que auxiliam os donos de negócio nas tomadas de decisão estratégica e acompanhamento detalhado das apólices e negociações de resseguros, servindo como um canal de colaboração e fortalecimento do diálogo junto às seguradoras.

Ainda em seus primeiros passos no Brasil, operações de MGAs (Management General Agent) também aparecem como oportunidades crescentes. Com expertise e domínio de subscrição, essa figura pode atuar em um ou mais mercados, tendo a força de venda que uma seguradora ou resseguradoras sozinhas não teriam. São atividades promissoras para o país, ainda com um longo caminho de crescimento - para efeito de comparação, operações de MGA representam aproximadamente 40% da distribuição de prêmios do Lloyd's of London.

O mercado enfrenta um período de adversidade às resseguradoras, porém não faltam oportunidades para serem exploradas. Nesse sentido, é preciso estar preparado. Nunca foi tão exigida a atuação consultiva das áreas de resseguros, atuando como verdadeiras Brokers com soluções para todos os ramos e tipos de estrutura, com networking junto a agentes globais. Num mercado e num mundo em transformação, atuar de maneira consultiva e tracionar estratégias diversificadas, com expertise em diferentes setores, é fundamental.”



## BRASIL ENTRE OS MELHORES NO SEGURO DE VIDA

*Cresce a participação de brasileiros na MDRT, associação internacional que reúne bem-sucedidos corretores de seguros de vida de mais de 200 países e se tornou referência em ensino e boas práticas sobre o ramo no mundo*

O mercado de seguros de benefícios ocupou posição de destaque durante a pandemia, ao levar proteção e assistência à sociedade, e isso ampliou a conscientização sobre sua importância. Com o potencial de crescimento, especialmente no seguro de vida, a necessidade de profissionais de seguros qualificados nunca foi tão grande, e essa é a melhor oportunidade para alcançar proativamente os clientes, construir confiança e relacionamentos.

Uma dica preciosa para corretores avançarem exponencialmente no segmento de seguros de vida é fazer parte da MDRT – Million Dollar Round Table (Mesa Redonda do Milhão de Dólares), associação internacional que reúne bem-sucedidos corretores de seguros de vida de mais de 200 países e 70 mil membros, e se tornou referência em ensino e boas práticas sobre o ramo no mundo.

O corretor de seguros Felipe Eduardo Sousa, diretor da Mister Líber Corretora de Seguros, é presidente da MDRT Brasil (Country Chair Brazil), dando sequência ao trabalho de seu pai e antecessor, Josusmar Sousa, na missão de ampliar a participação nos brasileiros na entidade para, principalmente, solidificar a conscientização sobre a cultura do seguro de vida no país. “Os membros da MDRT cumprem um código de ética mais rígido, o que aumenta a confiança dos clientes. Além disso, obtêm evolução no atendimento ao qual o cliente é beneficiado, com novos métodos e estratégias de oferta de produtos”, defende Felipe Sousa. “Na MDRT, os corretores se qualificam para o ‘top of the table’: evoluem de tomadores de pedidos para consultores financeiros”.

Atualmente, os corretores podem ser membros de diversas formas, a associação pode se dar por diferentes critérios envolvendo produção anual e comissões recorrentes dos produtos Vida e Previdência. As categorias de membresia são: Aspirantes, Membros, Court of the Table (pátio da mesa) ou Top of the Table (topo da mesa), sempre atestado pelas seguradoras participantes. Para participar, o corretor interessado pode escrever para [felipe@misterliber.com.br](mailto:felipe@misterliber.com.br) ou entrar em contato com as seguradoras com a qual produzem, verificando se são credenciadas à MDRT.

Fundada em 1927, a MDRT é The Premier Association of Financial Professionals®. A associação exclusiva à MDRT está limitada aos principais serviços financeiros e profissionais da área de seguro de vida que adotam estritos padrões éticos e profissionais para construir confiança e segurança com seus clientes.

A MDRT conecta seus membros a uma rede global, fornecendo recursos e redes que incentivam o crescimento de suas empresas.

**Felipe Sousa, presidente da MDRT Brasil**



**Josusmar Sousa, sócio vitalício da MDRT Brasil**

Com interações e acesso às ideias que os membros colocam em prática diariamente, até mesmo os melhores profissionais da área descobrem ideias inovadoras para estimular a produtividade, construir negócios e descobrir estratégias de sucesso.

Fundada em 1927, a MDRT é The Premier Association of Financial Professionals®. A associação exclusiva à MDRT está limitada aos principais serviços financeiros e profissionais da área de seguro de vida que adotam estritos padrões éticos e profissionais para construir confiança e segurança com seus clientes.

Entre as ações de qualificação, a principal é a reunião anual dos membros da MDRT. Estudos realizados entre os membros de todo o mundo apontam um crescimento de produção após cada reunião anual: 16% após a primeira participação, 21% após a segunda participação, e 25% após a terceira participação. “É comprovada a mudança de patamar em produção e prêmios com vendas mais qualificadas”, garante Josusmar Sousa. “O êxito e o sucesso fazem parte da caminhada de todos os membros da MDRT”, completa.



## MERCADO PAGA MAIS DE R\$ 160 BILHÕES EM INDENIZAÇÕES

**U**m levantamento da Confederação Nacional das Seguradoras (CNseg) mostrou que o setor segurador brasileiro desembolsou mais de R\$ 160 bilhões em indenizações, benefícios, sorteios e resgates aos clientes entre janeiro e agosto de 2024. Esse montante, que totaliza mais de R\$ 10 bilhões adicionais, representa um aumento de 6,1% em relação ao mesmo período de 2023.

O desempenho do setor, conforme o presidente da CNseg, Dyogo Oliveira, também reflete o impacto das enchentes no Rio Grande do Sul, ocorrida entre abril e maio de 2024. “O acontecimento gerou um aumento superior a 130% nas indenizações do segmento de Danos e Responsabilidade no estado em comparação a 2023”.

Ainda de acordo com a entidade, nos oito meses de 2024, o setor arrecadou R\$ 288 bilhões, alta de 13,5% em relação ao ano anterior. O principal motor desse crescimento foi o segmento de Coberturas de Pessoas, que atingiu cerca de R\$ 180 bilhões, um aumento de 18,3% sobre 2023. Os seguros de Danos e Responsabilidades e os Títulos

de Capitalização também registraram crescimento, de 6,7% e 5,3%, respectivamente. Os dados consolidados entre janeiro e agosto de 2024 desconsideram a Saúde Suplementar.

### SEGURO RESIDENCIAL EM ASCENSÃO

Uma das modalidades que integra o segmento de Danos e Responsabilidade, e que foi valorizada após a pandemia da Covid-19 com o aumento do tempo em casa, foi o Seguro Residencial. Devido à sua cobertura ampla que inclui proteção contra incêndios, roubos e fenômenos naturais, como enchentes e tempestades. “A conscientização sobre a importância de proteger o lar se intensificou, já que o imóvel se tornou um espaço multifuncional, utilizado tanto para trabalho quanto para lazer”, explicou Oliveira.

Nos oito meses de 2024, a CNseg informou que o Seguro Residencial acumulou cerca de R\$ 4 bilhões em arrecadação, um crescimento de 22,9% em comparação a 2023, sendo mais de R\$ 500 milhões arrecadados somente em agosto, o que representa um aumento de 9,8%.



## SEGURADORA ALM

Colocamos em prática a nossa estratégia para conduzir uma jornada digital, com novos produtos para alavancar os seus negócios

**Novo site, com um Portal do Corretor recheado de novidades!**

ACESSE

[www.seguradoraalm.com.br](http://www.seguradoraalm.com.br)

EM BREVE, VOCÊ NÃO PODE PERDER O

**É AGORA!**

Conheça nosso aplicativo.  
Seguro com facilidade, está logo **Aki**.  
Disponível no Android e no iOS

# APORTES EM PREVIDÊNCIA PRIVADA CRESCEM 17,6%



*Resultado refere-se ao montante arrecadado nos planos de previdência privada aberta de janeiro a setembro de 2024, somando R\$ 146,9 bilhões*

**A**o longo dos nove primeiros meses do ano foram arrecadados R\$ 146,9 bilhões nos planos de previdência privada aberta no país, aponta o último relatório elaborado pela Federação Nacional de Previdência Privada e Vida — Fenaprevi. Isso significa um crescimento de 17,6% em relação ao mesmo período de 2023.

Na mesma base de comparação, os resgates aumentaram 3,4%, menos do que a inflação no período, somando R\$ 99,3 bilhões. Ao descontá-los do valor arrecadado, tem-se a captação líquida de R\$ 47,7 bilhões, aumento de 64,6%.

Em setembro de 2024, os ativos em planos de previdência privada ultrapassaram R\$ 1,5 trilhão, o equivalente a pouco mais de 13% do PIB.

“O cenário de recuperação do emprego e da renda contribuiu para os resultados do setor. Somado a isso

temos o aumento da preocupação com o futuro, com a aposentadoria em particular, o envelhecimento e a necessidade de mais recursos financeiros por mais tempo”, contextualiza Edson Franco, presidente da Fenaprevi.

Ele continua dizendo que não obstante o avanço já alcançado, é necessário aumentar ainda mais a conscientização da sociedade para a importância de planejar o futuro, para que a longevidade possa ser desfrutada e seja sinônimo de bem-estar. “Essa é uma responsabilidade de todos: de cada indivíduo e dos setores público e privado”, destaca Franco.

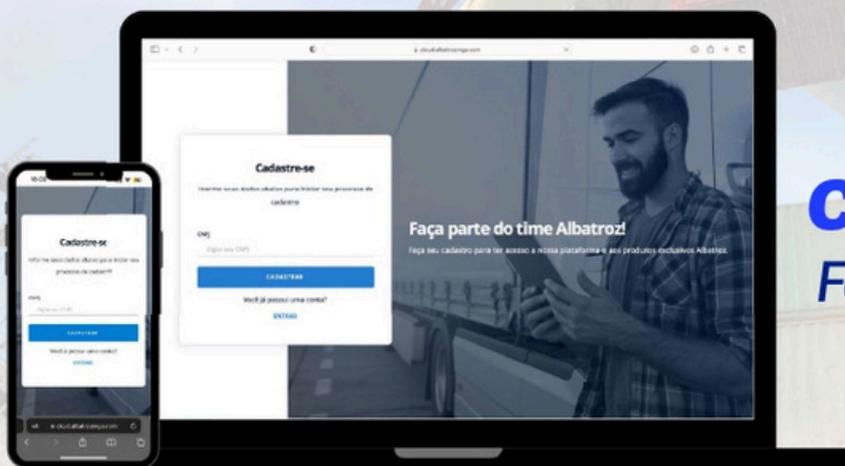
É possível também avaliar o resultado segmentado por produto no relatório. O VGBL – Vida Gerador de Benefício Livre – recebeu a maioria dos aportes e foi responsável por 92% da captação total no período (de, aproximadamente, R\$ 135 bilhões). Já nos planos PGBL – Plano Gerador de Benefício Livre – foram captados R\$ 9,1 bilhões ou 6% do total arrecadado.

# Na Albatroz MGA você encontra todos os ramos tradicionais de **SEGURO TRANSPORTE:**

Transporte Nacional - anual e avulsa

RCTR-C / RCF-DC  
RCTA-C  
RCTR-F

Transporte internacional  
(Importação e exportação) - anual e avulsa



## **CORRETOR,** Faça seu cadastro!

E tenha acesso a primeira e única plataforma **100% digital** e integrada com o sistema da seguradora!



Sua cotações em até 5 minutos



Emissão de apólice imediata



Emissão de endossos



Acompanhamento do Pipeline



Faturamento

Parceira Albatroz  
**essor**

Seguradora do Grupo SCOR



Siga nossas redes sociais

  
**albatroz**  
MGA

A melhor maneira, a melhor plataforma para se fazer seguro.

(11) 4780-5783 (11) 4780-5781

[www.albatrozmg.com](http://www.albatrozmg.com) [contato@albatrozmg.com](mailto:contato@albatrozmg.com)



## SEGURO CELULAR EXPANDE NO BRASIL

*Resultado refere-se ao montante arrecadado nos planos de previdência privada aberta de janeiro a setembro de 2024, somando R\$ 146,9 bilhões*

**M**esmo apresentando redução de 4,7% no volume das ocorrências de roubo e furto de celular em 2023 em relação ao ano anterior, o Brasil ainda registra quase 1 milhão de casos por ano, o que mostra a centralidade que os celulares ocupam nos números da segurança pública. Pesquisa recente da Fundação Getúlio Vargas mostrou que o Brasil possuía, em maio de 2024, 258 milhões de smartphones, 1,2 aparelhos por habitante.

Com o elevado índice dos casos de furtos e roubos de celulares no Brasil, o mercado de seguro celular tem registrado um aumento significativo, refletindo a preocupação das pessoas em proteger um dos itens mais essenciais do cotidiano moderno. Segundo a Porto, seguradora especializada em proteção para celulares e outros gadgets, houve um aumento de 30% nas contratações de seguros de celular no primeiro semestre de 2024, em comparação ao mesmo período de 2023.

Dados do Anuário Brasileiro de Segurança Pública de 2024 mostram que Manaus (AM), Teresina (PI) e São Paulo (SP) lideram as capitais com maior número de registros de furtos e roubos de celulares em 2023. No entanto, entre as 50 cidades com maiores taxas de criminalidade, 15 estão no estado de São Paulo, o que pode explicar por que os paulistas lideram a contratação de seguros para smartphones.

Independentemente dos índices regionais, o perfil do consumidor que busca seguro para celular é relativamente homogêneo em todo o Brasil. “O público-alvo, majoritariamente composto por pessoas com idade média de 30 anos e residentes na região Sudeste, tem demonstrado uma clara preferência por seguros que ofereçam cobertura completa. Marcas como Apple e Samsung são as mais procuradas, o que está alinhado com o perfil tecnológico e de consumo dos nossos clientes”, afirma Paulo Grillo, diretor de Seguros Pessoais da Alper Seguros, uma das maiores corretoras de seguros do país.

# Grupo Exalt, sua corretora no próximo nível.

Há 15 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



[gruposexalt.com.br](http://gruposexalt.com.br)



Sindicante  
Digital

**Otimize sua  
investigação de  
sinistros com o  
Sindicante Digital!**

**Transforme dados em informações úteis para  
decisões rápidas e precisas.**

- Reduza o tempo de análise em até 53%.
- Aumente a satisfação da sua equipe para 94%.
- Ambiente 100% online, integrado e interativo.

**Experimente agora mesmo e  
eleve a eficiência da sua  
investigação de sinistros!**

#pessoas #digital #insurtech



Visite nosso site:

<https://sindicantedigital.com/>