



PREPARADA PARA CRESCER

**Sistran Informática
entrega solução de
negócio baseada no
melhor do mundo digital**

**Companhia dispõe de tecnologia
100% nacional específica para o
mercado brasileiro de seguros**

Márcio Paes, CEO da Sistran Informática

ESPECIAL:

Seguradoras especializam-se na mitigação dos riscos oriundos de ataques digitais e tentam disseminar a carteira de seguro cyber no país.

VOCÊ RESOLVEU IR MAIS LONGE?

A TOKIO ACREDITA QUE SEGURO

SERVE PRA IR ALÉM: SEJA NA ESTRADA,

NA VIDA, NA EMPRESA OU EM CASA.

CURTA, VIVA, APROVEITE E DESCUBRA. AFINAL,

A TOKIO MARINE RESOLVE

O QUE PRECISA PRA VOCÊ RESOLVER

O QUE IMPORTA. FALE COM O SEU GERENTE COMERCIAL.

 /TokioMarineSeguradora

 @tokiomarine_cor

 tokiomarine.com.br

Uma Seguradora completa
pra você ir mais longe.



**TOKIO MARINE
SEGURADORA**

NOSSA TRANSPARÊNCIA. SUA CONFIANÇA

Ano XVIII | Edição Nº 187 | Mensal
www.revistasegurototal.com.br

Rua Marconi, 48
Conjunto 12 - CEP 01047-000
São Paulo - SP - Telefone: (11) 3884-5966

Editor

José Francisco Filho - MTb 33.063
francisco@revistasegurototal.com.br

Diretor Comercial

José Francisco Filho
francisco@revistasegurototal.com.br

Jornalista

Aurora Ayres – MTb 24.584
aurora@revistasegurototal.com.br

Redação

Sergio Vitor
sergio@revistasegurototal.com.br

Foto da capa

Sistran Informática/divulgação

Diagramação

Cleber F. Francisco
cleber.fabiano@gmail.com

Webdesigner

André Takeda
takeda@revistasegurototal.com.br

Executiva de Contas

Fernanda de O. e Oliveira
fernanda@revistasegurototal.com.br



Revista Seguro Total
vencedora do Prêmio
Nacional de Jornalismo em
Seguros 2016



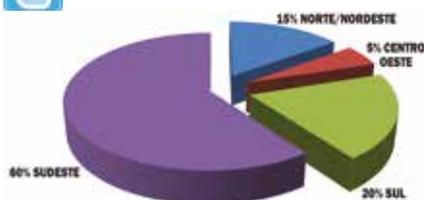
Portal Revista Seguro Total
www.revistasegurototal.com.br



facebook.com/revistasegurototal



twitter.com/seguro_total



Os artigos assinados são de responsabilidade exclusiva dos autores, não representando, necessariamente, a opinião desta revista.

De tempos em tempos....

Novos padrões que se incorporam, de tempos em tempos, aos já conhecidos modelos de negócios e a ascensão tecnológica da virada do século parecem “tirar” tudo do lugar. Processos triviais e realizados de forma quase automática, seja por grandes organizações ou em nossas casas, vão sendo transformados e se instauram através de novas práticas sociais, reconfigurando toda a sociedade. É a chamada transformação digital.

Como não poderia deixar de ser, a indústria de seguros também mergulhou nessa transformação irreversível para todos, porém, esse potencial de alavancagem da inteligência nos negócios não se obtém da noite para o dia. Essa transformação demanda entender a jornada dos clientes, visando agir oportunamente e de forma eficaz/integrada aos sistemas de emissão da seguradora. Hoje, apesar do poder da tecnologia, ao contrário do que se possa imaginar, as limitações quanto à reprodução pela robótica da interatividade natural ainda existem. Márcio Paes, CEO da Sistran Informática, explica por que isso acontece na matéria de CAPA desta edição.

A tecnologia está em todo lugar. Com a disseminação do uso da internet e a maior dependência da população por aparelhos eletrônicos, o aumento dos ataques cibernéticos mostra ser algo inevitável. Estudos apontam que cerca de 62 milhões de usuários brasileiros foram vítimas de ataques, provavelmente pelo fato do atual modelo de consumo ser um prato cheio aos hackers. Compras por meio de cartão de crédito e o uso de diversos sistemas virtuais facilitam a ação maliciosa. O cenário acabou ocasionando maior demanda de seguro contra riscos cibernéticos. Entenda as fases dessa modalidade na seção ESPECIAL.

As InsurTechs também vêm mudando a forma com que os consumidores contratam seguros. Mas algumas empresas ainda têm dificuldade de abrir mão de certos valores e crenças, o que as mantém aprisionadas ao passado. Essa inércia abre espaço para que os inovadores lancem-se à frente, provocando uma revolução no mercado. Alexandre Salema, da Provider IT, aborda, na seção ARTIGO, o impacto das plataformas de negócios no setor de seguros.

Ao contrário do que muitos empresários imaginam, as InsurTechs serão um facilitador para o setor e não um obstáculo. É o que aponta PESQUISA divulgada recentemente pela AON. Por meio de uma estrutura que oferece os padrões de soluções e a flexibilidade necessária à inovação empresarial, as grandes organizações podem ajudar a potencializar essas inovações que se incorporam, de tempos em tempos, no mundo dos negócios.

Boa leitura!

Capa - 14

Solução de negócio 100% nacional é um dos diferenciais da Sistran Informática que se dedica há três décadas ao mercado segurador



20 - Evento

XII Congresso Brasileiro de Direito de Seguro e Previdência, da AIDA, trouxe temas que contribuem para o desenvolvimento de todos os players do setor

24 - Especial

Diante da insegurança online, seguradoras brasileiras especializam-se na mitigação dos riscos e tentam disseminar a carteira de seguro cyber no país



6	Mural
10	Entidades
29	Artigo
30	Vitrine
31	Mercado
32	Pesquisa
34	Giro de Mercado

O MERCADO BUSCA GESTORES E EXECUTIVOS ESPECIALISTAS EM SEGUROS

MBA



| GESTÃO DE SEGUROS E RESSEGURO

| GESTÃO JURÍDICA DO SEGURO E RESSEGURO

| GESTÃO DE RISCOS E SEGUROS



DISPONÍVEL TAMBÉM EM EaD.

ACESSE

funenseg.org.br/mbas



Dúvidas e informações:

0800 025 3322

posgraduacao@funenseg.org.br



ESCOLA NACIONAL de SEGUROS

AMERICAN LIFE lança seguro para responsáveis por **PORTADORES DE DOENÇAS CONGÊNITAS**

A American Life lançou o Alllife, seguro de vida que traz segurança aos pais ou responsáveis e mantenedores de pessoas portadoras de deficiências congênitas, como Síndrome de Down e Autismo, entre outras.

Hoje, os portadores da Síndrome de Down têm expectativa de vida que ultrapassa os 60 anos de idade. Perguntas como “o que acontecerá ao meu ente querido, caso eu sofra um acidente ou em caso de morte?” não são incomuns. Existe uma grande preocupação relacionada às crianças, jovens e adultos com essa condição; e, por fim, como será a maturidade para eles (especialmente

no que se refere ao seu sustento), quando não houver mais a presença desses responsáveis.

O Alllife é indicado aos mantenedores de pessoas com necessidade de cuidados formais de



intermediários, cuidados domiciliares e cuidados informais, para resguardar e garantir as necessidades dos portadores de Síndrome de Down, em caso de morte ou invalidez do responsável.

COBERTURA restitui a empresa em caso de **IMPEDIMENTO DA ATIVIDADE**

A construção de um planejamento financeiro abrangente, que inclua diferentes situações nas



quais a empresa estará sujeita, é um dos principais fatores para a consolidação de um negócio financeiramente sustentável. E a inclusão de proteções que res-

Patricia Siequeroli,
superintendente de
Massificados da Mapfre

guardem a companhia diante de imprevistos é um dos pontos fundamentais.

A superintendente executiva de Produtos Massificados do Grupo Segurador Banco do Brasil e Mapfre, Patricia Siequeroli, comenta que o empresário precisa avaliar as características específicas do seu negócio para contratar a apólice mais adequada ao seu ramo de atividade. “Existem proteções que precisam ser consideradas em todos os negócios. É o caso, por exemplo, do seguro de Perda de Lucro Bruto”.

A apólice garante a restituição para a empresa em situações nas quais ela está impedida de exercer a sua atividade por conta da ocorrência de algum evento súbito ou inesperado.

ODONTO EMPRESAS apresenta PLANOS ODONTOLÓGICOS aos corretores

Bem aceito pelas empresas e acessível aos funcionários, os planos odontológicos são alternativa lucrativa para os corretores de seguros, segundo Julio Cesar Felipe, diretor executivo da Odonto Empresas do Grupo Caixa Seguradora.

Recentemente, durante almoço tradicional oferecido pelo Clube dos Corretores de Seguros de São Paulo (CCS-SP), o executivo salientou que o potencial desse segmento é enorme se comparado ao de planos de saúde. Hoje, segundo dados da ANS, existem 47 milhões de beneficiários de planos de saúde e apenas 23 milhões em odonto.

A Companhia já conta com 550 mil usuários, uma rede de 8 mil dentistas e 29 mil opções de atendimento em todo o país. O portfólio da Odonto Empresas conta com quatro produtos, todos com opção de livre escolha, que partem do básico



Julio Cesar Felipe, diretor executivo da Odonto Empresas

ao mais completo, este último incluindo todos os tipos de próteses.

SULAMÉRICA traz mais serviços para MOTOS

A SulAmérica ampliou os serviços para motos. Agora os clientes podem contratar novos planos de assistência 24h, contando com reboque em caso de danos aos pneus e ainda optar por mais quilometragem para reboque, inclusive sem limite de distância.



Ao contratar a assistência 24h, o segurado terá atendimento dia e noite da SulAmérica. Em caso de danos aos pneus, uma equipe especializada realizará o transporte da moto até uma oficina mecânica para que o reparo seja feito. Já o serviço de reboque pode ser utilizado até 400km ou com quilometragem ilimitada. Ambos estão disponíveis nos planos 3 e 4 da assistência 24h. Há também outros serviços disponíveis, como hospedagem, guarda do veículo e transporte para recuperação da moto.

O atendimento abrange, além do território nacional, países da América Latina, tais como Argentina, Paraguai, Uruguai e Chile. Além da assistência 24h, o segurado pode contratar outras coberturas adicionais, como valor de novo, que garante a indenização pelo valor de mercado de um veículo zero, danos a terceiros e lanternas, faróis e retrovisores.

AUMENTA A PROCURA dos brasileiros por SEGUROS PARA CELULAR



O mercado de seguro para celular cresceu 70% no último ano, de acordo com dados da Federação Nacional de Seguros Gerais (FenSeg). O volume leva em conta o valor de prêmios emitidos (pagamento pela contratação da apólice), que passou de R\$ 530 milhões em 2016 para R\$ 900 milhões em 2017. A BemMaisSeguro.com (BMS), corretora online especializada em seguros para celulares e eletrônicos, viu esse crescimento de perto. Suas vendas online aumentaram 80% em relação ao ano anterior.

Para Helena Alves, gerente de Canal Digital da BMS, o bom desempenho é reflexo do maior entendimento do consumidor quanto ao custo-benefício do seguro e também da facilidade para aquisição de uma apólice. "Nós oferecemos a contratação do serviço 100% sem burocracia, pela internet ou telefone. São exigidas apenas as informações solicitadas pelo órgão regulador e o consumidor faz o upload da nota fiscal do aparelho e o registro do IMEI após a aquisição, o que reduz o processo de compra, regulação e liberação do sinistro quando o cliente precisa usar o serviço contratado", explica a executiva. O processo de contratação totalmente online permite à corretora oferecer preços mais competitivos.

ODONTOPREV lança plano odontológico para público de 8 a 17 ANOS

A OdontoPrev anuncia o lançamento do Plano Odontológico Júnior, direcionado a atender as necessidades específicas de crianças e adolescentes entre 8 e 17 anos completos.

"Tentar atender as necessidades da imensa população brasileira com um único produto não é mais possível. Por isso realizamos uma série de estudos e identificamos vários segmentos distintos, com necessidades odontológicas específicas a cada etapa da vida. E a chegada do plano Júnior vem complementar nosso portfólio, que já contava com o Plano Dente de Leite, para crianças entre 0 e 7 anos, e o Plano Bem-Estar, para adultos de qualquer idade, além dos Planos Estética, Orto e VIP. Queremos estar presentes em cada fase e atender a todas as necessidades", destaca Robert Wieselberg, superintendente de Estratégias de Marketing, Sustentabilidade e Negócios.

O plano Júnior possui cobertura para emergências 24 horas, restaurações, tratamento de canal, limpezas periódicas, cirurgias, radiografias e consulta com odontopediatras. O valor do plano é de apenas R\$ 21,90 por pessoa e pode ser adquirido exclusivamente pelo e-commerce da OdontoPrev.



SEGUROS SURA lança programa pioneiro para **CORRETORES PARCEIROS**

A Seguros Sura acaba de lançar o programa Confraria Sura 2018. A iniciativa é inédita no mercado de seguros do Brasil e tem como objetivo reconhecer, capacitar e prover serviços diferenciados a um grupo especial de corretores, selecionados por meio de análises de desempenho e de valorização da relação de longo prazo com a Companhia.

“Além de reconhecer os profissionais que se destacam, o programa oferece uma proposta de valor que será construída de maneira progressiva, estimulando parcerias de longo prazo. Nosso objetivo é que nossos corretores realmente sintam-se especiais e motivados a trabalhar com a Seguros Sura”, afirma Cristiano Saab, diretor Geral de Vendas, Canais e Subscrição da Companhia.

A iniciativa é uma das ações que materializam a implementação da estratégia da Companhia, que visa o foco no negócio. Ao participar do Confraria Sura o corretor conta com uma proposta de valor atraente que estimula seu crescimento e os seus resultados, por meio de reconhecimento, capacitação e serviços diferenciados, para a evolução do seu próprio negócio, aliado a um atendimento ao cliente cada vez melhor.

Cristiano Saab, diretor Geral de Vendas, Canais e Subscrição da Sura



TRAVELERS SEGUROS apresenta serviços online para construção com **FOCO EM RODOVIAS**

Durante a 2ª edição do International Summit, realizado recentemente em São Paulo, a Travelers Seguros apresentou um novo serviço online gratuito, exclusivo da Travelers, o ZoneCheckSM. O aplicativo é o primeiro deste tipo para ajudar os segurados a identificarem áreas no entorno da

obra, que podem ser afetadas por vibrações derivadas de equipamentos pesados.

O ZoneCheck permite que o usuário insira o endereço a ser mapeado, ou pode ainda apontar o endereço preciso onde o aplicativo está sendo utilizado, baseado em recursos de geolocalização. Também possibilita documentar as etapas de um programa de controle de riscos, que posteriormente podem ser utilizadas para ajudar a proteger os segurados da responsabilidade de possíveis danos às propriedades vizinhas.

“O aplicativo embasa as construtoras sobre os potenciais sinistros que as vibrações de uma obra podem causar, gerando economia e eficiência ao fornecer recomendações diligentes de gerenciamento de riscos”, explica John Komidar, vice-presidente de Controle de Riscos.

John Komidar, vice-presidente de Controle de Riscos na Travelers



CIST TEM NOVA DIRETORIA para a gestão 2018-2021

Em Assembleia Geral Ordinária realizada no dia 6 de fevereiro foi apresentada a chapa para compor a nova diretoria do Clube Internacional de Seguros de Transportes (CIST) para a gestão no triênio 2018-2021.

O novo presidente do CIST, Salvatore Lombardi Júnior afirma que sua gestão intensificará os trabalhos da entidade na



Diretoria CIST Triênio 2018 / 2021

Presidente: Salvatore Lombardi Júnior - Argo Seguros

1º Vice-Presidente: Paulo Robson - XL Catlin Seguros

2º Vice-Presidente: Carlos Suppi Zanini - WGRA Riscos Ambientais

3º Vice-Presidente: Alfredo Chaia - Internacional Risk Veritas

Nova diretoria CIST tem Salvatore Lombardi Júnior no comando

missão de capacitar os profissionais de seguros de transportes e da cadeia logística ligada a esse ramo. "Vamos buscar novas parceiras, profissionais e temas relevantes para nosso segmento, de forma a atrair ainda mais associados e ampliar a participação em nossas realizações, reforçando representatividade para, juntos, vencermos

desafios do nosso técnico e especializado ramo de seguros de transportes".

Além da diretoria executiva eleita completa, foram nomeados os membros dos Conselhos Fiscal e Consultivo, e diretores para as diretorias especializadas em cada área que envolve a cadeia logística dos seguros de transportes.

IRB BRASIL RE realiza aporte de R\$ 1,8 milhão em PROJETOS SOCIAIS

O IRB Brasil RE inicia o ano com uma boa notícia. O maior ressegurador do Brasil destinou R\$ 1.870.200,00, relativo ao exercício fiscal de 2017, para apoiar projetos sociais de seis instituições, no Rio e em São Paulo. Para a Companhia, a essência para seleção dos projetos é contribuir para a melhoria na qualidade de vida de crianças, adolescentes e idosos, prioritariamente, na área de saúde.

De acordo com a especialista de Marketing e Comunicação Fernanda Macedo, responsável

por conduzir esse tema dentro da empresa, o IRB busca sempre iniciativas que, essencialmente, contribuam para a melhoria de vida de pessoas, famílias e sociedade em geral. "Entre alguns fatores determinantes para a seleção estão credibilidade e transparência das instituições, além da aderência aos objetivos da companhia", ressaltou. O fluxo anual de avaliação dos projetos funciona da seguinte forma: de janeiro a junho é o período em que é realizado o monitoramento dos projetos já

aportados nos ciclos anteriores. Nesta etapa também ocorre o recebimento de novas propostas.

De julho a outubro dá-se sequência ao recebimento dos projetos e também acontecem a prospecção e a realização de visitas técnicas às instituições. Já no mês de novembro é o momento de preparar a proposta para, em dezembro, efetuar o aporte. Entre os anos de 2014 e 2016, o volume total de aportes em patrocínios sociais alcançou a marca de R\$ 6.422.045,87.



**QUEBROU,
TRINCOU?**

AUTOGLOSS RESOLVE.

Imprevistos podem acontecer em qualquer hora e lugar. Mas não é o fim do mundo. Autogloss tem vidro automotivo, farol, lanterna, retrovisor e para-choque das melhores marcas, com garantia e lojas nas principais cidades do Brasil.

autogloss.com.br

*Consulte seu corretor para saber se sua apólice contempla a assistência vidros da Autogloss.



LÍDERES DO MERCADO SEGURADOR DEBATEM TEMAS ESTRATÉGICOS

O 23º Encontro dos Líderes do Mercado Segurador, promovido pela Confederação das Seguradoras, a CNseg, ocorrido no início de março em Foz do Iguaçu (PR), reuniu autoridades reguladoras e especialistas de diversas áreas. Na ocasião, as principais lideranças do setor adiantaram alguns dos tópicos que devem constar da agenda de desenvolvimento dos respectivos segmentos e as contribuições que estão aptos a oferecer na direção da recuperação econômica, no aumento da proteção dos consumidores e na consolidação de seu papel de investidor institucional.

O setor, que ultrapassou a barreira de mais de R\$ 1,2 trilhão em ativos em 2017, cifra equivalente a mais de 25% da dívida pública brasileira, sugere a modernização do marco regulatório como



Marcio Coriolano: “O setor está pronto para atuar no seguro de Acidente do Trabalho, ajudando o governo a reduzir uma das fontes de pressão de gastos

um dos principais caminhos para ampliar sua presença na vida dos brasileiros, das empresas e do país.

O presidente da Federação Nacional de Seguros Gerais (Fen-Seg), João Francisco, listou as prioridades do setor: além do combate à venda de seguros irregulares, a continuação da difusão do seguro auto popular, e a Lei de Licitações de Obras Públicas para ampliação do seguro de garantia.

No segmento de Previdência Privada e Vida, a ideia é preservar

o crescimento na casa de dois dígitos, ou seja, de 15% nos últimos 10 anos. Na Saúde Suplementar, a presidente da Federação Nacional de Saúde Suplementar (FenaSaúde), Solange Beatriz, lembrou os desafios enfrentados em 2017, quando o setor perdeu cerca de 280 mil beneficiários de planos de saúde. Em 2018, os ventos parecem mudar de direção, reaquecendo os negócios. Mas advertiu que os custos assistenciais continuam a pressionar as mensalidades dos planos de saúde.

SEGURO DE VIDA EM GRUPO apresenta alto POTENCIAL DE CRESCIMENTO

O seguro de vida em grupo é uma das modalidades com maior potencial de crescimento, segundo dados divulgados na última Carta de Conjuntura do Sincor-SP. Por ano, as 40 seguradoras deste ramo apresentam um faturamento médio de R\$ 10 milhões e uma taxa de crescimento que varia entre 5% e 10%. Os prêmios pagos no período chegam a um total de R\$ 11 bilhões.

A concentração de renda do setor é grande: as cinco maiores companhias no ramo concentram 50% da receita total. Poucas pessoas, no entanto, já dão a devida importância para a necessidade de um seguro de vida — atualmente, apenas 7% da população brasileira o possui. “Daí o amplo mercado a ser explorado pelo corretor de seguros”, comenta o presidente do Sincor-SP, Alexandre Camillo.

De acordo com o presidente, “este é o momento para os corretores se consolidarem nos seguros de pessoas. A longevidade é assunto recorrente e facilita a formação da cultura do seguro no brasileiro, temos aumento de opções para o consumidor com o seguro de vida universal e não existe momento mais propício para alavancar negócios de previdência privada do que agora com as reformas”, analisa Camillo.

TODAS AS INFORMAÇÕES SOBRE SUA COMPANHIA EM UM SÓ LUGAR!



A I4PRO desenvolveu uma ferramenta de consolidação de informação empresarial que complementa as soluções do I4PRO ERP. O **I4PRO EIS** apresenta e extrai as informações por perfil de usuário sob formato de reports ou gráficos criando dashboards que são acessíveis no próprio ERP. Conte com um amplo catálogo de contextos e crie novos conforme desejar. Tudo de uma maneira responsiva podendo ser acessado através de qualquer dispositivo.

Para conhecer mais sobre o I4PRO EIS e outras soluções da I4PRO, entre em contato através do telefone, (11) 3664 4600 ou mande um e-mail para vendas@i4pro.com.br.

I4PRO, HÁ 11 ANOS CRIANDO PARCERIAS E ESCRREVENDO HISTÓRIAS DE SUCESSO.

www.i4pro.com.br

i4PRO
Insurance for Professionals



SISTRAN INFORMÁTICA

Tecnologia aliada à expertise em seguros

Solução de negócio 100% nacional é um dos diferenciais da Companhia que se dedica há três décadas especialmente ao mercado segurador



Por Aurora Ayres

Especializada na oferta de soluções de negócios (produtos e serviços) baseadas em tecnologia de ponta, a Sistran é líder na América Latina em soluções específicas para o mercado de seguros (e resseguros). Presente no Brasil desde 1988, a Companhia atua como uma consultora e provedora de soluções para seguradoras, usando metodologias de alta maturidade, gerando

software que atende 100% aos requisitos do mercado local.

Ao posicionar-se como Full Solution Provider – venda de produtos (ERP), consultoria, projetos sob demanda e serviços especializados que refletem o conhecimento de 30 anos no Brasil – a empresa não só vende tecnologia, mas aplica este profundo conhecimento do mercado segurador brasileiro para entregar soluções adequadas às necessidades de cada cliente. Na

América Latina, já são 40 anos, com faturamento de mais de USD 30 mi (2016).

À frente da presidência desde 2004, Márcio Paes tem uma visão ampla do segmento, de quem ‘respira seguros’ desde o início da sua vida profissional, o que culmina na diretriz do uso racional das ferramentas disponíveis, sempre aplicadas à construção de projetos customizados, como elemento-chave na efetiva alavanca-



O CEO Márcio Paes e Alexandre Castagna, Roberto Milan, Cleonice Bagio e Ricardo Lima (diretoria técnica)

gem de resultados ao negócio.

Sim, a tecnologia não figura no palco da Sistran sozinha. O sucesso da empresa vai muito além do emprego direto das novas capacidades tecnológicas. Impreso em seu DNA, vibra o conhecimento de todos os meandros e peculiaridades do mercado segurador. "O segredo não é apenas disponibilizar a tecnologia, mas aplicá-la onde cria-se uma vantagem competitiva sustentável à seguradora. Por isso enfatizamos que nossa efetiva expertise em negócio é o nosso principal diferencial", comenta o executivo.

Por meio de uma arquitetura de negócio testada e aprovada por seguradoras brasileiras, aliando escalabilidade e flexibilidade, os projetos da Sistran são desenhados sempre visando o melhor custo-benefício (resultado com menor TCO). Somente quem tem lições aprendidas ao longo de 30 implementações pode entregar

soluções com maior aderência ao negócio, proporcionando real valor agregado à solução final.

Afinal, apesar das coberturas serem semelhante, seguro não é igual em todas as partes do mundo. "A conjuntura local é desafiadora. Nosso mercado é exigente, pede soluções complexas e automatizadas, de fácil manutenção e rápida modificação, possui legislação e mercado financeiro específicos, produtos próprios e volume diferenciado", pontua.

A jornada do cliente

A transformação digital na indústria de seguros é um caminho sem volta, porém, esse potencial de alavancagem da inteligência nos negócios não se obtém da noite para o dia. Essa transformação demanda entender a jornada dos clientes, visando agir oportunamente e de forma eficaz/integrada aos sistemas de emissão da seguradora.

Houve um tempo em que automatizar este processo completo era ainda mais desafiador, justamente pela ausência de ferramentas mais produtivas, interativas e amigáveis. Hoje, apesar do poder da tecnologia, ao contrário do que se possa imaginar, as limitações quanto à reprodução pela robótica da interatividade natural ainda existem.

Márcio Paes explica por que isso acontece ao analisar o que ocorre no mercado segurador, assemelhando-se à realidade de diversos outros setores que abraçaram a última moda de transformação tecnológica, via novos meios digitais, como uma questão estratégica e competitiva, já que vislumbram redução de custo e ganhos de automação. "Isso não é uma diretriz errônea. Pelo contrário. Mas, só recentemente as seguradoras descobriram que a transformação digital não pode ser tratada como algo óbvio, de curto prazo e/ou 'algo que se compra pronto ou empacotado', já que ela consiste no próprio caminho de evolução e experimentação. Logo, tanto quanto possível, o 'digital' não deve ser visto como fim, mas como meio para inúmeras mudanças sistêmicas, muito maiores do que a ampliação da capacidade tecnológica", acentua o executivo.

O X da questão, ressaltado por Paes, vai muito além da reinvenção do que se entende por modelo bem-sucedido de atuação e de relacionamento com o cliente. "Pense em qual é a sua estratégia de negócio que é potencializada nesta era digital? Como você e sua equipe irão redesenhar a seguradora para que a visão de



O diretor Roberto Milan e área técnica

negócios, o portfólio e os processos converseem diretamente com esse mundo novo?”, instiga Paes. “Algumas coisas começam a dar errado quando se supervaloriza a maturidade da empresa para avançar e completar a transformação interna a fim de gerar novas e sustentáveis vantagens competitivas”, complementa.

Rompantes de modernização como investimento em ‘inteligência artificial’ e softwares ‘que tudo fazem’ não bastam se o conteúdo não for elaboradíssimo, se faltar compliance, se forem processos totalmente robotizados e confusos. “Essas ações pontuais, desvinculadas de uma estratégia de vendas e marketing consistente, estão condenadas à subutilização que não trará o retorno sobre o investimento. Isso porque a tecnologia não é (em si só) solução de negócio”, salienta Paes.

Visão completa

Ao longo de sua história, como nenhum outro *player* local, a Sistran realizou mais de 30

implementações de soluções (ERP’s) no Brasil. Segundo o diretor Roberto Milan, este é um número muito expressivo, levando-se em conta o tempo de desenvolvimento e o grau de complexidade de cada implementação. Justamente, se faz necessária a visão completa do negócio e do processo para se chegar a um produto final customizado e que agregue va-

lor ao cliente. Essa é a missão da Companhia e sua equipe técnica está apta a realizar.

Tudo começa com o estudo detalhado junto ao cliente e a Sistran sabe que existe um gap enorme entre o que o gestor de negócios consegue estruturar em palavras e o real entendimento da área de tecnologia ou consultoria envolvida. “Se não houver muito cuidado, os gaps vão se somando no escopo do projeto; no detalhamento dos requisitos funcionais pelos analistas de negócios; na compreensão dos analistas de sistemas que desenharam a solução; na execução dos programadores e na customização e implantação das regras de negócio etc”, pontua Milan.

Alencar Marabiza, diretor da Sistran, explica que transformar a organização pressupõe uma importante interação, em que a inteligência artificial, por exemplo, possa usar regras de negócio onde o executivo da área levou muitas e muitas horas de projeto consultivo a fim de estrutu-



Márcio Paes e o diretor Alencar Marabiza

rar o valor agregado que possa efetivamente ser percebido pelo cliente. “É uma ilusão imaginar que o sistema final entregará, sem intervenção humana, um serviço de qualidade que o cliente deseja”, conclui Marabiza.

Investir tempo na otimização de processos e na construção da jornada do cliente é muito mais proveitoso do que apenas investir dinheiro em tecnologia, na visão da Sistran. “Sabemos que em um setor de tamanha competitividade e pressão por resultados não há tempo a perder. Encurtar etapas e gerar soluções rasas não é nada mais do que tempo perdido”, garante Márcio Paes.

Parcerias são fundamentais

A Sistran reconhece que o mercado de seguros está em fase de transformação no caminho de efetivar o almejado ‘digital’, logo, por meio de parcerias tecnológicas com *players* posicionados nos quadrantes mágicos (Gartner/Celent), somados à equipe de competência comprovada, a habilita a oferecer uma oferta diferenciada.

No ano passado, a Sistran Informática firmou parceria com a Pegasystems, uma das principais empresas de software globais que oferece tecnologia para Transformação Digital (Omnichannel, Inteligência Artificial, CRM, BPM, Robótica, Mídias Sociais). “Somos capazes de implementar soluções maduras de *customer experience*, alavancando resultados dos clientes do mercado segurador”, comenta Joel Augusto de Oliveira, diretor da Companhia.



O diretor Joel Augusto de Oliveira

“Este ano estaremos novamente em Las Vegas, no evento Pega World (junho de 2018), discutindo soluções inovadoras com nossos clientes”, conta.

Através de suas empresas irmãs (de mesmo nome), contando com 600 especialistas, a Sistran está pronta para cobrir

operações regionais nas Américas, com contrato compreensivo e SLA’s singulares para a região. No Brasil, com escritórios em São Paulo e Rio de Janeiro, a Companhia é a única empresa especializada em soluções para seguros que oferece essa cobertura.

PILARES CORPORATIVOS DA SISTRAN:

- Compromisso em oferecer a melhor relação custo-benefício do mercado;
- Capacidade de entender os requisitos do cliente e agregar valor ao negócio, por meio de seus especialistas;
- Foco em minimizar o risco de insucesso do projeto;
- Busca pela eficiência e eficácia em gestão;
- Transparência e ética no relacionamento com os clientes, fornecedores, parceiros, colaboradores e acionistas;
- Retenção de talentos e evolução dos profissionais: aprimoramento contínuo da visão de negócios de seus consultores.

A Sistran oferece soluções para Seguradoras nos ramos Auto, Vida, Previdência, RE e Resseguros. Está preparada tecnicamente, por meio do sólido conhecimento de seus especialistas, para agregar valor ao negócio acelerando sua jornada através das seguintes tecnologias:

Internet of Things, Artificial Intelligence, Chabot, Devops, APIs, Big Data, Business Intelligence, ERP, CRM, BPM, ECM, Omnichannel, Workflow, Specialized Components, Cloud, Blockchain.

AS INSCRIÇÕES ESTÃO ABERTAS

Você tem um encontro marcado com os mais renomados especialistas brasileiros e internacionais no CIAB FEBRABAN. Venha discutir como as tecnologias da Inteligência Artificial, Machine Learning, Blockchain e Internet das Coisas estão transformando as relações humanas e os negócios.

KEYNOTE SPEAKERS CONFIRMADOS



CANDIDO BRACHER
Presidente do
Itaú Unibanco



GERD LEONHARD
Futurista e humanista.
Autor, palestrante, CEO
da The Futures Agency
www.gerdleonhard.de
www.twitter.com/gleonhard



NELL WATSON
Engenheira,
empreendedora e
filósofa futurista

REALIZAÇÃO



Saiba mais em www.ciab.org.br. Participe!

Siga-nos nas redes sociais
e confira os conteúdos exclusivos
do CIAB FEBRABAN.



@CiabFEBRABAN



linkedin.com/company/ciab-febraban

PATROCINADORES
PLATINUM



OURO



PRATA



BRONZE



PARCEIRO ESTRATÉGICO



PARCEIRO DE MÍDIA





AIDA REÚNE PROFISSIONAIS de seguros e magistrados

Congresso anual debate temas que contribuem para o desenvolvimento de todos os players do mercado segurador brasileiro

Conflitos não solucionados que despencam no Judiciário, novas categorias de riscos que demandam soluções sustentáveis, a atuação da ANS, a necessidade ou não de uma nova lei de seguros... Esses foram apenas alguns dos tantos temas levantados para discussões durante o XII Congresso Brasileiro de Direito de Seguro e Previdência, que aconteceu entre os dias 14 e 16 de março, na sede da Associação dos Advogados de São Paulo (AASP), no centro histórico de São Paulo.

Promovido pela Associação

Internacional de Direito do Seguro (AIDA) seção Brasil, o congresso objetivou fomentar estudos, reflexões e debates sobre a dimensão jurídica dos institutos de seguro, resseguro e previdência privada, principalmente na busca pela pacificação das relações com o consumidor e prevenção de conflitos.

Ricardo Villas Bôas Cueva, ministro do Superior Tribunal de Justiça esteve presente na abertura do evento, que contou com a presença de 300 congressistas vindos de todas as regiões do país.

Mediar para não judicializar

Os integrantes do painel intitulado "A Era do Diálogo: como evitar conflitos", frisaram que o desafio nessa área é enorme no Brasil. Em sua explanação, a socióloga Annie Dymetman abordou a transmediação, método que busca dissolver (não resolver) os conflitos. Em sua análise, o conflito é uma percepção que vai muito além da resolução de um problema e entra no campo da subjetividade. "Quando alguém compra um seguro, compra a ilusão de segurança, assim como quem o vende, vende a ilusão da ameaça. A Transmediação considera duas visões em conflito como duas percepções de uma mesma realidade, absolutamente irreduzíveis uma à outra. Reconhecer a emoção do comprador permite que ele lide de forma madura com o não-ressarcimento total e com sua responsabilidade pelo ocorrido", explicou.

O especialista em Direito



A socióloga Annie Dymetman

Comercial, Alexandre Palermo Simões discorreu sobre o poder da escuta na Era da Comunicação. Ele salientou que a escuta mais comum é a passiva, aquela em que o interlocutor está focado em si mesmo, preparando-se para responder. A Escuta legítima mantém o foco em quem está falando. "Escutar é difícil hoje, pois as interferências são muitas. É preciso acalmar a mente para ouvir o outro", salientou.

"As pessoas têm pouco tempo para ouvir. O consumidor, em geral, quer comprar o que imagina que vai lhe servir", debateu Washington Luis Bezerra da Silva, segundo vice-presidente da AIDA, acrescentando que esse fato impede as pessoas de fazer a escolha certa, o que muitas vezes recai no Judiciário. "São 109 milhões de processos e esse número continua crescendo. Esse é o momento de o mercado mediar conflitos; se tudo for parar no Judiciário, os casos mais relevantes não terão a devida atenção", acentuou.

A proposta de Bezerra é que a relação conflituosa permaneça entre a empresa e o consumidor. "As empresas devem resolver seus problemas e não repassá-los ao Estado, que é burocrático por natureza. Sai caro para toda a sociedade", finalizou.

Agravamento de risco

Uma das mesas redondas do Congresso trouxe ao debate um tema árido: "Agravamento de risco: limites e consequências das ações do segurado".



Washington Luis Bezerra,
2º vice-presidente da AIDA

A advogada Patrícia Godoy de Oliveira, comenta que a participação do corretor de seguro é valiosa também nesse momento e que ele pode atuar no gerenciamento/prevenção do risco e no seu agravamento orientando o segurado caso o mesmo entenda que precise de uma assessoria jurídica. "As condições do seguro são informações fundamentais assim como as causas que podem agravar o risco. Isso deve ser repassado ao segurado, pois ao longo de sua vigência, o contrato traz uma série de obrigações ao segurado", comentou.

Vanderlei Moreira, presidente da Associação Brasileira de Gerência de Riscos (ABGR) levantou a questão de o agravamento poder ser momentâneo. "É preciso que o segurado tenha bom senso de quando irá comunicar o agravamento à seguradora, que lhe dirá qual procedimento seguir. O risco é como um vírus. Não é eliminado, é combatido", lançou.

Nova Lei dos Planos de Saúde

Além dos painéis, o Congresso promoveu diversas reuniões dos grupos nacionais de trabalhos da AIDA para a troca de experiências a partir de assuntos variados. Na área da Saúde, foi abordado um tema polêmico, a "Nova Lei dos Planos de Saúde e o Papel da ANS", referente à proposta de mudança da Lei Nº 9.656/1998. O projeto, em tramitação na Câmara dos Deputados desde o ano passado, perdeu força diante das críticas de diversos segmentos da sociedade, principalmente de órgãos de defesa do consumidor e das próprias operadoras de planos de saúde.

Para a advogada especializada em Direito do Seguro,

Angélica Carlini é urgente que se faça um novo documento. "Precisamos de uma nova lei porque a que temos nunca foi lei. Uma lei que nasce em um dia e no dia seguinte é substituída por uma medida provisória ofende os nossos ideais republicanos", frisou, "Por outro lado, a ANS é formada por técnicos e aí começam os nossos problemas. O DNA da agência é muito triste, não para de produzir normas, o que dificulta a gestão do segmento, que é dinâmico", complementou.

Na ocasião, Angélica levantou algumas indagações sobre o tema: "Dá pra ter um preço único de seguro diante da diversidade regional que temos? É preciso estabelecer critérios objetivos técnicos para o roll da



A advogada Angélica Carlini

ANS, trabalhar através do uso da medicina baseada em evidências/dados científicos ou o fim do roll. Não sei se isso é loucura, só não podemos ficar como estamos", lançou.

AMEPLAN

Saúde

Viajar é muito bom! Mas viajar com a Amealplan é melhor ainda!

35 VIAGENS + R\$ 300.000
COM ACOMPANHANTE!
TUDO INCLUIDO! DE PRÊMIOS
EM DINHEIRO

Campanha de vendas 2018

#PartiuBahia!

CONSULTE REGULAMENTO NA SUA CORRETORA OU NO SITE WWW.AMEPLANSAUDE.COM.BR



APOIO:

Affix
ADMINISTRADORA DE BENEFÍCIOS

corpore
ADMINISTRADORA DE BENEFÍCIOS

DENTALPAR

Divicom
Administradora de Benefícios

hb **Hebrom**
Benefícios

Acesse nosso portal De cara nova agora mais rápido, dinâmico e interativo!

www.revistasegurototal.com.br



**Atualização diária, cobertura de eventos,
download da revista eletrônica,
mais de 70 mil mensagens enviadas por dia.**



DOENÇA CRÔNICA

HACKERS

aperfeiçoam ataques e deixam consumidores e instituições em estado de alerta

Seguradoras especializam-se na mitigação dos riscos e tentam disseminar a carteira de seguro cyber no país

Por Sergio Vitor

No ano passado, os hackers proliferaram-se nas plataformas de segurança online de uma maneira jamais vista. Por causa desses ataques, surgiu a seguinte questão: até onde nossos dados dentro de uma empresa estão protegidos? A fragilidade noticiada durante 2017 chocou milhões de brasileiros e ligou o alerta vermelho nas empresas que controlam os dados dos seus clientes.

O chamado Ransomware, vírus que sequestra dados armazenados em um equipamento, liberado apenas mediante pagamento, está em evolução tornando-se cada vez mais onipresente. Essa maliciosa ferramenta ficou mais conhecida depois do ataque do dia 12 de maio de 2017. O chamado Wanna Cry fez o mundo chorar na tarde daquela sexta-feira, infectando mais de 230 mil sistemas. Entre as empresas atingidas estavam:

Telefônica, Serviço Nacional de Saúde britânico e outras operadoras de telecomunicações, além de bancos, universidades, empresas de transportes etc.

A vulnerabilidade dos dados custou US\$ 22 bilhões aos cofres das instituições brasileiras no ano passado. No ápice do ataque, as informações de 2 milhões de clientes de e-commerce vazaram.

A Copa do Mundo (2014) e a Olimpíada (2016) no Brasil cha-

maram a atenção do mundo e também dos hackers. De certa forma, esses dois grandes eventos contribuíram para o país entrar no radar dos criminosos. De acordo com estudo Norton Cyber Security Insights 2017, 62 milhões de usuários brasileiros foram vítimas de ataques, representando 61% da população adulta conectada.

O atual modelo de consumo do brasileiro é um prato cheio aos hackers. Compras por meio de cartão de crédito e o uso de diversos sistemas virtuais sem utilizar dinheiro em espécie facilitam a ação maliciosa. Não é à toa que em todo o hemisfério Sul o Brasil é o mais atacado. No ranking mundial, o país é o sexto colocado. Em todo o globo, a China fica em primeiro lugar. Estima-se que a maioria das ações maliciosas parte do próprio território chinês. No dia 1º de junho do ano passado, aquele país tornou vigente a Lei de Segurança Cibernética. O regulamento exige que empresas locais e estrangeiras se submetam a verificações de segurança corriqueiramente e armazenem dados de usuários daquele país.

A McAfee, empresa americana de segurança digital, e o Instituto CSIS divulgaram estudo recentemente, mostrando que os crimes virtuais geram, em média prejuízo de quase US\$ 600 bilhões (R\$ 1,9 bi)/ano para o mercado empresarial no mundo. Na América Latina, estima-se que as perdas por meio de cibercrimes giram entre US\$ 15 bi e US\$ 30 bilhões.

Após o bombardeio do ran-

somware, a discussão sobre segurança da informação foi aquecida em longos debates durante o ano. Apesar das tentativas das empresas de seguro mitigarem esses riscos, os hackers sempre encontram uma saída para burlar o sistema.

Demanda por seguro cyber aumentou

O cenário ocasionou maior demanda de seguro contra riscos cibernéticos. Apenas entre maio e dezembro de 2017, a procura pelo produto aumentou em 200%. Além disso, os ataques influenciaram na disseminação dessa carteira no país, visto que antes o seguro cibernético ficava em segundo plano por parte dos investidores.

A preocupação vai além da segurança de grandes instituições, e chega aos internautas comuns, pessoas físicas. Em casa ou na rua, por meio do smartphone ou computador, os usuários correm sérios riscos de ceder informações confidenciais em sites de origem duvidosa.

A Trend Micro, empresa voltada à proteção contra ferramentas maliciosas, disponibiliza o Trend Micro Maximum Security. Essa tecnologia fornece segurança baseada em inteligência artificial, protegendo o usuário contra roubo de identidade, vírus, phishing, fraudes online etc. "Temos a mais recente tecnologia anti-ransomware contra códigos que sequestram dados do usuário", destaca Mario Monteiro, especialista em segurança da informação da Trend Micro.



Mario Monteiro, especialista em segurança da informação

Uma das ações mais conhecidas se chama Phishing. Ela é a ferramenta que mais afeta os usuários online. Por meio de e-mails falsos, o vírus tenta fazer o destinatário acreditar que tem alguma coisa séria para ser resolvida em determinada instituição financeira. O usuário entra no link e preenche os campos da tela com seus dados pessoais, tornando-se mais uma vítima do hacker.

A Trend Micro busca, por meio dos seus blogs "Trend Micro" e "Trend Labs Security, disseminar informações a potenciais clientes que estão sujeitos a ataques. "Com esses blogs, nosso objetivo é orientar as pessoas para que possam desfrutar das suas vidas digitais com segurança", explica Monteiro.

A Companhia reforça algumas dicas ao usuário online:

- Usar a versão mais recente do Microsoft Windows.

- Caso leve o laptop para viajar, certifique-se de usar o Software VPN em redes públicas.
- Faça backup dos dados.
- Não clique em links desconhecidos.
- Sempre faça uma varredura no PC.

60% das empresas que são atacadas vão à falência

De acordo com dados do U.S National Cyber Security Alliance, instituição americana sem fins lucrativos, que tem como objetivo disseminar a cultura de cyber segurança, 60% das empresas que são infectadas por um vírus vão à falência após seis meses. Os EUA é o lar de muitos hackers estrangeiros, ficando em segundo lugar no ranking mundial. A perda total na economia do país em 2017 com os crimes foi de US\$ 57 bilhões a US\$ 109 bilhões.

A briga é mais intensa ainda quando se trata de micro e pequenas empresas. Segundo a empresa de tecnologia IBM, nos Estados Unidos 62% dos pequenos e micros empresários já foram atingidos. Estima-se que são cerca de 4 mil ataques por dia. Ao contrário da invasão a equipa-

mentos de pessoa física, o mais recorrente entre as empresas é o sequestro dos dados dos clientes, solicitando um valor para o resgate das informações.

"Atualmente as empresas não podem correr riscos com segurança cibernética. Um único ponto fraco pode facilitar atividades maliciosas que têm a capacidade de derrubar uma Companhia. Conforme as empresas se protegem contra esse tipo de ataque, parte dos insights mais poderosos vêm dos hackers e cibercriminosos que programam ataques sofisticados", pondera Mario Monteiro, da Trend Micro.

A fim de mitigar esses ataques, o executivo acredita na conscientização dos funcionários. Ele defende a tese de que ter somente tecnologia de ponta não é a solução para manter os dados protegidos. "Para preservar a segurança da informação é

Hackers fãs de Game of Thrones

Em outubro do ano passado, um ataque de Phishing na Europa chamou bastante atenção. Os criminosos contaminaram sites de notícia e enviaram alertas de que o usuário precisava atualizar o Flash Player do seu computador. Assim que instalaram a ferramenta perceberam que foram vítimas de uma armadilha. Os analistas do Kaspersky, empresa de antivírus que analisou o ataque, detectaram, na linha do código que compõe o malware, os nomes de Viserion, Drogon e Rhaegal. Todos eles fazem referência a Daenerys Targaryen, personagem fictício da série de sucesso mundial Game of Thrones.

necessário definir estratégias eficientes que protejam e conscientizem os usuários sobre a necessidade de seguir à risca as regras determinadas, sem comprometer a produtividade", dispara.

A prova da necessidade de conscientizar os colaboradores foi o surgimento do ransomware Bad Rabbit. O vírus infectou, também em 2017, companhias de mídia e aeroportos da Rússia, Turquia, Alemanha e Ucrânia. Os cibercriminosos exigiram uma quantia em bitcoins como pagamento para liberar os arquivos.

Entendendo um pouco mais o seguro

O seguro cyber é dividido em duas fases: a proteção dos dados da empresa para evitar ou limitar o acesso dos hackers e a responsabilidade cibernética. No primeiro estágio do seguro, a Companhia vai monitorar as ameaças para que não ocorra vazamentos ou uso inapropria-



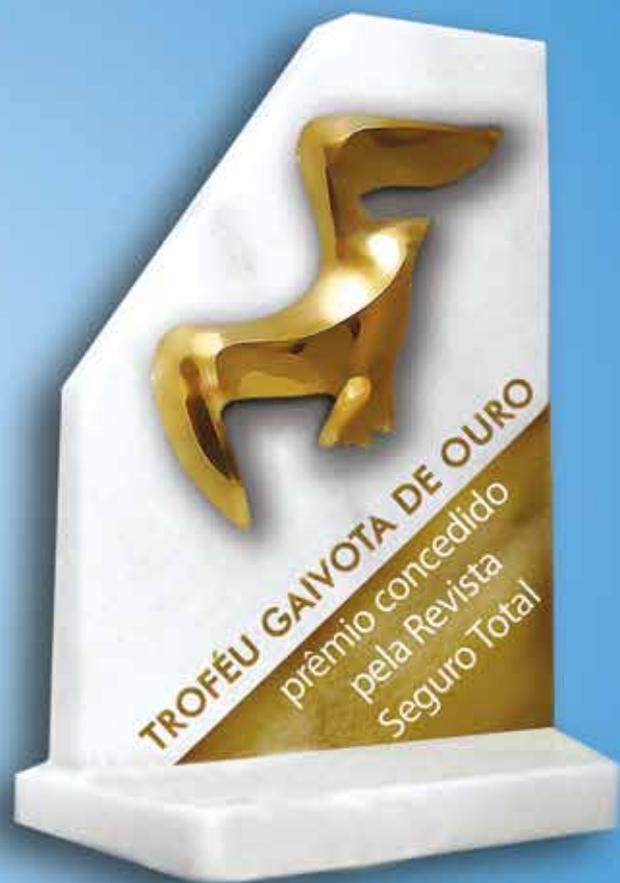
Vem aí

XVIII Troféu Gaivota de Ouro 2018

A revista Seguro Total e a Publiseg Editora, realizarão mais uma tradicional edição do Prêmio Mercado de Seguros, entrega do “Troféu Gaivota de Ouro”.

Será um momento especial que condecora as empresas que mais se destacaram no mercado segurador.

As grandes marcas do mercado de seguros, previdência privada, capitalização, ramos elementares, saúde e empresas prestadoras de serviços estarão presentes na edição de 2018.



Organização: PUBLISEG EDITORA E EVENTOS LTDA
Realização: revista SEGURO TOTAL
Agosto de 2018

do dos dados pessoais. Porém, dependendo do tipo do ataque, não há como intervir na ação do criminoso. Nesse momento entra a segunda fase do seguro.

A responsabilidade cibernética garante as despesas que a empresa terá ocasionados pelos ataques. Se a companhia segurada é acionada na Justiça, por exemplo, o seguro cobrirá os gastos de indenização do cliente. Além disso, há cobertura para perdas decorrentes da extorsão e possibilidade de cobertura para lucros cessantes e despesas ocasionadas por dias de operação impossibilitada.

Depois do vazamento das informações dos seus clientes, a empresa deve se preocupar com outro fator importante: a reconstrução da moral. A seguradora arcará com os custos de restituição de imagem. Isso inclui verbas de marketing, assessorias de imprensa e outros setores que envolvam a imagem da empresa perante o público.

Expectativas de negócios

Com a disseminação do uso da internet e a maior dependência da população por aparelhos eletrônicos, o aumento dos ataques cibernéticos mostra ser algo inevitável. Assim como a defesa dos vírus se incorporou ao advento tecnológico, os hackers também foram beneficiados, praticando, a cada dia, ações mais 'silenciosas' e com estragos irreversíveis em alguns casos.

Uma das maiores preocupações de uma empresa é resgatar, enquanto ainda é possível, a sua imagem depois de ter sofrido um ciberataque. O gerente de linhas financeiras da AIG Brasil, Flávio Sá

observa que é necessário responder rapidamente esses ataques e torna-los cada vez menores, não deixando se espalhar por todo o setor do cliente.

O executivo aposta nas ferramentas exclusivas da seguradora no combate dos sinistros, mas garante que os clientes nunca estarão totalmente imunes aos ataques. "Não existe empresa 100% protegida. Todas possuem exposição ao erro, mas a diferença é que algumas podem ter mais vulnerabilidade que outras (...). Por conta disso, temos que gerenciar os riscos junto com os clientes", afirma.

Pioneira dessa modalidade de seguro no Brasil, a AIG atua nas duas vias: pré e pós-ataque. No primeiro momento, a seguradora solicita informações ao cliente a fim de fazer um mapeamento completo da empresa segurada. Logo em seguida, por meio de um profissional capacitado, a AIG analisa o ambiente da empresa e detecta o que está mais vulnerável. A terceira ação é treinar os funcionários dos clientes para que não facilitem as ações dos criminosos.

O valor do seguro vai depender de análises e levantamentos que a seguradora vai fazer sobre a empresa. Alguns quesitos a serem levados em conta são imprescindíveis para definir o preço da apólice. É preciso saber quais tipos de serviços são terceirizados, fiscalizar como ela se protege e ter em mãos o histórico de ataques que o cliente sofreu.

Em muitos países, as organizações vivem perdendo dinheiro com judicialização. Nos Estados Unidos, por exemplo, as institui-



Flávio Sá, gerente de linhas financeiras da AIG Brasil

ções têm prejuízos de US\$ 250 mil por ano apenas com gastos judiciais. Caso o cliente da empresa atacada se sinta violado por ter seus dados confidenciais expostos, provavelmente ele entrará com pedido de indenização por dano material ou até moral. O papel da seguradora nesse instante é arcar com o compromisso de assumir os valores de pagamento.

Na visão de Sá, esses ataques acabam contribuindo para a disseminação da cultura do seguro cyber. Apesar disso, segundo a Pesquisa Global sobre Gestão da Riscos da Aon, a América Latina está em 18ª no ranking de preocupação com riscos cibernéticos. Já a América do Norte está no topo da classificação. "Estamos com muita expectativa de negócios. Logo após os ataques, as cotações desse seguro triplicaram. Nos primeiros meses deste ano percebemos maior demanda em relação a 2017", analisa o executivo.

Insurtechs: o impacto das plataformas de negócios no setor de seguros

* Por Alexandre Salema

Com tantas inovações acontecendo, é preciso olhar para o futuro como uma bússola, no sentido de nos orientar ao melhor caminho para os negócios. Algumas empresas ainda têm dificuldade em abrir mão de certos valores e crenças, o que as mantém aprisionadas ao passado. Essa inércia abre espaço para que os inovadores lancem-se à frente, provocando uma revolução no mercado.

Plataformas de negócios como Uber, AirBnb e Netflix, por exemplo, chegaram para mudar a regra do jogo. Enquanto a empresa tradicional foca em atividades que, através de uma cadeia de valor, entrega um produto ou um serviço para o cliente, o modelo de negócios baseado em tecnologia e mobilidade conecta participantes em um ecossistema que gera valor para ambos os lados.

Os exemplos clássicos desse modelo são a Uber, plataforma que conecta motoristas a pessoas que precisam de transporte privado sob

demandas e a AirBnb, que conecta hóspedes a donos de imóveis disponíveis para hospedagem. Ambos impactaram fortemente seus mercados em todos os países em que atuam.

Pouco a pouco, modelos de negócios baseados em plataformas atingem outras indústrias, inclusive no segmento de seguros, onde grandes companhias ainda resistem à mudança de processos. Mas as inovações de caráter disruptivo também alcançaram este setor por meio das insurtechs, apresentando

novos modelos de negócios para as seguradoras.

A grande questão é: as empresas líderes do mercado segurador estão observando esse movimento com a atenção devida? Estão de alguma forma preparando-se e colocando-se em posição para ditar essa mudança ou assistem de forma passiva a chegada dessas inovações?

Toda plataforma de negócio bem-sucedida surge a partir de uma dor e no segmento de seguros isso não é diferente. Estamos falando sobre um segmento que atua sob regulação de mercado e que depende de um intermediário para relacionar-se com o cliente.

Para abraçar esse caminho da inovação apontado pelas Insurtechs será preciso superar grandes desafios. Na questão da regulação, as regras da Susep precisariam ser revistas para que as plataformas pudessem atuar. Por outro lado, as grandes companhias do segmento, certamente resistirão a qualquer mudança que possam impactá-las, assim como acontece hoje com os taxistas e o Uber e seus concorrentes.

No entanto, o fato do mercado de seguros hoje precisar da figura do intermediário para gerir muitos processos, pode impulsionar o uso da plataforma, facilitando a interface com o cliente. Uma insurtech poderia inovar e desenvolver uma plataforma para agilizar a comunicação.

O modelo de insurtech também é capaz de desenvolver uma plataforma que permita a intermediação de seguradoras e reguladores de sinistro. Hoje, as seguradoras atuam em conjunto com as seguradoras, entretanto, é preciso que se restrinjam apenas à regulação. Por meio de uma plataforma de negócios, as seguradoras enviariam o sinistro para que um regulador pudesse atuar. O processo de disrupção passa pela quebra de paradigmas.

É fato que as mudanças acontecerão. Agora cabe às empresas optarem por definir essas transformações e serem protagonistas ou ficarem em uma posição arriscada, como meros observadores.



* Alexandre Salema é gerente-executivo da Provider IT, consultoria e provedora de serviços de TI com foco no mercado Financeiro, de Seguros, Previdência e Saúde.

Ameplan aposta em vendas qualificadas



Laureci Zeviani e Marcelo Belber

A Ameplan Saúde tem convicção sobre a importância de uma venda qualificada e dos impactos negativos que trazem uma venda desqualificada, inclusive para os custos (sinistralidade) da operação de um Plano de Saúde.

Sendo uma das poucas Operadoras que mantém viva a comercialização de planos individuais, os seus representantes comerciais sabem o quanto a Ameplan preza por uma boa conduta do vendedor diante de um potencial comprador (prospect). É justamente nesta segmentação que os cuidados devem ser redobrados, porque é onde ocorrem os maiores impactos de custos assistenciais, judiciais etc.

Mas, os vendedores dos produtos da Ameplan Saúde, também sabem que ela costuma reconhecer o bom vendedor

inclusive com premiações especiais para quem é tido como campeão da venda qualificada.

Pelo terceiro ano consecutivo, ela reconhecerá o seu melhor representante no quesito qualidade. (veja o regulamento da nova campanha #Partiu-Bahia!, no site da Operadora).

Esta também é uma forma que a Ameplan Saúde encontrou para reconhecer e agradecer estes profissionais que cada vez mais se confundem entre a "arte" e a "vocação" de exercer a desafiadora atividade de vender.

A Ameplan Saúde não espera o dia 1º de outubro para mandar mensagens de WhatsApp ou de Facebook para os seus representantes: Ela parabeniza e agradece os seus representantes durante o ano inteiro.

Fonte: Ameplan Saúde

Por ano, mais de 2,5 milhões de serviços especializados em toda a América Latina.

Quer maior inspiração do que essa?



AUTO E MOTO



VIDA



PET



RESIDÊNCIA



CONCIERGE



VIAGEM



BPO

Só quem trabalha com pessoas e para pessoas sabe o quanto é importante estar presente quando um cliente precisa, atendendo de forma tranquila, eficiente e humanizada.

As nossas pessoas são assim, cuidam das outras. E podem tomar conta das suas também.



MBM lança seguro para caminhoneiros

Produto visa garantir o pagamento de indenização ao motorista licenciado para o transporte rodoviário

O Grupo MBM sabe o quanto é importante viajar com a proteção de um seguro. Por isso criou o Seguro AP Caminhoneiro, que oferece ao motorista (e seu ajudante, se contratado) tranquilidade durante suas viagens.

“O Grupo MBM está constantemente em busca de desenvolver novos produtos, que buscam atender às demandas dos diferentes setores do mercado atual. O AP Caminhoneiro é um exemplo disso, pois vem sanar uma preocupação do setor de transporte rodoviário. Assim, garantimos tranquilidade e segurança àqueles que diariamente trabalham transportando as mais diferentes mercadorias pelo país”, afirma o diretor comercial do MBM, Luiz Eduardo Dilli Gonçalves.

O objetivo desse seguro é garantir o pagamento de in-

denização ao motorista devidamente licenciado para o transporte rodoviário, seu ajudante (quando contratado) ou aos seus beneficiários, até o limite do capital segurado. A cobertura do seguro começa no momento em que se inicia a viagem, estende-se aos lugares de paradas intermediárias e termina no momento de chegada ao destino final.

O faturamento será mensal e se dará mediante informação prestada pelo estipulante, constando o montante de viagens realizadas dentro do mês, ou seja, o estipulante realizará o pagamento somente das viagens concretizadas.

As garantias básicas são: morte acidental e de invalidez permanente total ou parcial por acidente. Além disso, o AP Caminhoneiro também oferece garantias adicionais: despesas



Luiz Eduardo Dilli Gonçalves,
diretor comercial do MBM

médicas, hospitalares e odontológicas, auxílio alimentação por morte acidental e a morte acidental à título de auxílio funeral.

Sobre o Grupo MBM

Há 67 anos, o Grupo MBM trabalha para garantir a tranquilidade das pessoas, traçando uma história que reflete solidez e confiabilidade nos negócios de seguro de vida e benefícios. O grupo reúne duas empresas consolidadas, a MBM Previdência Complementar, fundada em 14 de abril de 1950, e a MBM Seguradora S.A., fundada em 6 de março de 1974. O MBM atua em todo o território nacional, estando presente em 20 Estados com filiais e representações.



**Portal Nacional
de Seguros**

www.segs.com.br

**O Mundo do Seguro em um Click
A maior Audiência do segmento**

InsurTech é tendência para inovação das seguradoras, confirma estudo da Aon

Até o momento, segmento já recebeu aproximadamente US\$ 14 bilhões em investimentos, em mais de 550 startups

Com o objetivo de ajudar a estabelecer novas diretrizes para o mercado segurador, a consultoria e corretora de seguros Aon elaborou o relatório global - Oportunidades do Mercado de Seguros (GIMO) lançado globalmente em novembro. O estudo é direcionado ao mercado segurador e tem como objetivo incentivar e direcionar novos produtos e serviços através do apontamento de tendências. Realizado anualmente, o levantamento é um cruzamento de dados de setores importantes da economia, áreas de crescimento e tendências de inovação para as seguradoras. O estudo apontou que as insurTechs, tecnologias que mudam a forma com que os consumi-

dores contratam seguros, serão um facilitador para o setor, e não um obstáculo, como muitas empresas temiam.

Esse segmento está crescendo rapidamente, já tendo recebido aproximadamente US\$ 14 bilhões em investimentos até o momento, em mais de 550 startups de todo o mundo. O seu papel pode ser mais relevante do que as seguradoras imaginavam anteriormente, graças à inovação em arquitetura aberta. "Por meio de uma estrutura que oferece os padrões de soluções e a flexibilidade necessária à inovação empresarial, as grandes organizações podem ajudar a potencializar essas inovações", diz Yves Lima, diretor de Resseguros da Aon Brasil.

O relatório mostrou também que três modalidades de seguro têm um potencial de crescimento maior nos próximos anos: risco cibernético, de catástrofes e doenças infecciosas. Esses segmentos, podem se tornar cada vez mais seguráveis com a cooperação das insurTechs e de outras empresas de tecnologia e análise. "Essa parceria vai gerar novas oportunidades para que as seguradoras e resseguradoras possam oferecer produtos novos e melhores", acredita o executivo da Aon.

O estudo também aborda as oportunidades de quebras de paradigmas da economia co-

laborativa. O aumento da utilização de serviços como o Uber e o Airbnb obriga o setor de seguros tradicional a reconhecer que itens como veículos e residências cada vez mais são utilizados tanto no âmbito comercial quanto pessoal.

Em termos de ruptura de negócios, o relatório destaca que o volume de prêmio oriundo de seguros tradicionais para veículos nos EUA deve cair mais de 40% entre 2015 e 2050, quando veículos autônomos deverão estar totalmente desenvolvidos. Esse processo vai gerar uma nova discussão no mercado segurador. Ao mesmo tempo em que se prevê que menos acidentes ocorram, o estudo adverte que a gravidade de eventuais acidentes poderia aumentar, com uma

transferência de responsabilidade, anteriormente dos condutores passando às montadoras e aos fornecedores de software.

“Sabemos que o mercado de seguros está enfrentando dificuldades no ambiente macroeconômico atual, assim, devemos esperar que as líderes do setor promovam mudanças. Já estamos aplicando novas ferramentas tecnológicas para aumentar nossa eficiência em consultoria e corretagem e expandir a participação nos mercados de riscos emergentes. Por outro lado, a verdadeira transformação só vai acontecer quando reinventarmos completamente o modelo de gerenciamento de riscos. Nesse novo ambiente, todas as contribuições, ou aquilo que chamamos de inovação em ar-

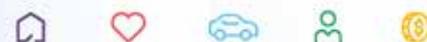
quitetura aberta, serão fundamentais para nosso real ganho líquido”, afirma Yves Lima.

O relatório também contém análises aprofundadas sobre riscos cibernéticos, revelando que a abordagem do segmento vai além do seguro tradicional. Além de apontar que uma política adequada de seguro deverá incluir acesso a diversos provedores de serviços para incidentes específicos e serviços adicionais. “Esses serviços, sejam eles prestados diretamente de empresas ou parcerias, deverão oferecer às seguradoras um meio de expandir sua proposta de valor, além da linha de seguro tradicional”, conclui.

Relatório completo: <http://aon.io/2vMRrBC>



REGULA



Diferente de tudo que você já viu,

CONHEÇA A REGULA

A melhor forma de atender seus clientes com o máximo de qualidade, reduzir seus custos de forma inteligente e ganhar tempo para novos negócios

Saiba mais em: www.regula.com.br





Bradesco

Vinicius Almeida Albernaz é o novo presidente do Grupo Bradesco de Seguros. Formado em Economia pela PUC/RJ, com Advanced Management Program do ISE-IESE, Albernaz ingressou em 2007 no Bradesco BBI, foi eleito diretor do Bradesco em 2011, em 2013 assumiu a diretoria financeira do Grupo Bradesco Seguros. Desde 2016, era diretor superintendente da Bradesco Asset Management (Bram).

Brasilprev

Marco Antonio da Silva Barros assume a presidência da Brasilprev. Profissional de carreira do Banco do Brasil, onde ocupou diversos cargos executivos, é economista formado pela Faculdade São Luis/SP, possui MBA Altos Executivos pela Fundação Dom Cabral e pós-graduação em ADM pela FGV/SP. Barros também teve atuação na Federação Nacional das Empresas de Seguros Privados e Capitalização (Fenaseg).



Europ Assistance



Com mais de 20 anos de experiência no setor de seguros, Marcio Magnaboschi assumiu a diretoria Comercial, Produtos e Marketing da Europ Assistance Brasil. O executivo – que já ocupou posições de liderança em grandes companhias nacionais e multinacionais do setor de seguros – é graduado em Direito pela Universidade Presbiteriana Mackenzie e em Administração de Empresas pela Fundação Armando Álvares Penteado (FAAP), com MBA em Administração e Negócios.

SulAmérica

A Companhia anuncia a substituição de Matias Ávila por André Lauzana à frente da vice-presidência Comercial. Atual vice-presidente de Capitalização da empresa, Lauzana atua no mercado de seguros há 21 anos, sendo sete deles na SulAmérica, onde entrou como diretor financeiro. O executivo acumulará as duas vice-presidências. Das quase quatro décadas em que atua no mercado segurador, Matias dedicou os últimos oito anos de sua trajetória profissional à SulAmérica.



A GRANDE JORNADA PELO MUNDO DOS SEGUROS

Às segundas-feiras, das 7 às 8 horas

RÁDIO IMPRENSA FM 102,5

APRESENTADO POR PEDRO BARBATO FILHO



ASSINATURA DIGITAL SULAMÉRICA VIDA E PREVIDÊNCIA.

SEU CAFÉ AINDA NEM ESFRIOU
E A PROPOSTA JÁ ESTÁ ASSINADA!

A Assinatura Digital é uma facilidade da SulAmérica que veio agilizar as contratações dos produtos **Vida e Previdência** para você, corretor, e para os seus clientes.

Tudo 100% digital, rápido e fácil, para você fechar muito mais negócios.



Aproveite esta comodidade!

Saiba mais em www.sulamerica.com.br/assinaturadigital e faça bons negócios!



A vida é imprevisível
e, acredite, isso é muito bom.


SulAmérica

#golna janela

A vida é cheia de previstos.

É comum criança jogar bola em casa. Tão comum quanto quebrar alguma coisa no meio da partida. Por isso, e para todos os outros previstos da vida, a Bradesco Seguros tem o seguro residencial certo para seus Clientes.

Ofereça um Bradesco Seguro Residencial para seus Clientes e faça bons negócios.

Central de Relacionamento: 4004 2757 / 0800 701 2757
SAC - Serviço de Atendimento ao Consumidor: 0800 727 9966
SAC - Deficiência Auditiva ou de Fala: 0800 701 2708
Ouvidoria: 0800 701 7000



bradescoseguros.com.br



Bradesco Seguros

Com Você. Sempre.

Bradesco Auto/RE Companhia de Seguros - CNPJ: 92.682.038/0001-00. Nº do processo na SUSEP: 15414.005043/2005-18. O registro deste plano na SUSEP não implica, por parte da Autarquia, incentivo ou recomendação à sua comercialização. Os direitos e as obrigações das partes encontram-se nas Condições Gerais do Seguro contratado, Lei nº 12.741/12 sobre tributos incidentes. PIS: 0,655%; COFINS: 4,00% e IOF: entre 0% e 7,38%. Apurados e recolhidos nos termos da legislação aplicável. As informações e as imagens contidas neste material são indicativas.