



INOVAÇÃO

**PORTO SEGURO LANÇA
COBERTURA PARA PEQUENOS
DANOS DE LATARIA**

CARGLASS

0800 701 7997

ATENDIMENTO EM DOMICÍLIO

DiskReparo
Tecnologia em Reparação Automotiva

www.diskreparo.com.br

VEJA TAMBÉM:

88i no Caderno Empresarial e
Tokio Marine completa 60 anos no Brasil



CONFIRA OS PRODUTOS PARTICIPANTES:

- Vida Individual Flexível • Vida Individual Fácil I e II
- Vida Mulher • AP Premiado • AP Fácil • API Flexível
- APC Flexível • PME Flexível • PME Capital Global
- Vida em Grupo • Prestamista

**VOCÊ É MAIS UM ACOMPANHANTE NO SHOW DE
UMA DAS BANDAS MAIS CLASSICAS DO ROCK!**

**OS DEZ PRIMEIROS COLOCADOS NO FINAL DA CAMPANHA
VÃO GANHAR **ENTRADAS PARA O SHOW DO BON JOVI** EM
SÃO PAULO COM DIREITO A UM ACOMPANHANTE!**

E TEM MAIS!

**TODO MÊS A MAIOR PONTUAÇÃO GANHA
UM CARTÃO-PRESENTE DE R\$500!**



Vigência 01/04/2019 a 30/04/2019. Os cancelamentos serão descontados na pontuação. Para a premiação mensal a pontuação mínima é de 20 pontos e são são cumulativos entre os meses, já a premiação final a pontuação mínima para participar é 100 pontos cumulativos. Regulamento e mais informações em www.sancormais.com.br

**VEJA MAIS DETALHES EM:
WWW.SANCORMAIS.COM.BR**

**SANCOR
SEGUROS**



Ano XIX | Edição Nº 201 | Mensal
www.revistasegurototal.com.br

Av. Prof. Alfonso Bovero, 562 - São Paulo - SP
01254-000 - Telefone: (11) 3884-5966

Editor

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

Executivos de contas

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

Maurício Rodrigues
mauricio@revistasegurototal.com.br

Jornalista

Sueli dos Santos - MTb 25.034
redacao@revistasegurototal.com.br

Redação

Sergio Vitor
sergio@revistasegurototal.com.br

Diagramação

Cleber F. Francisco
cleber.fabiano@gmail.com

Webdesigner

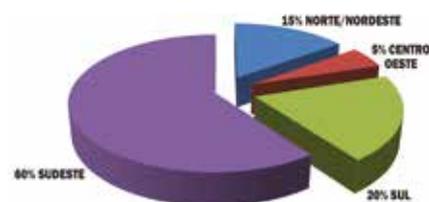
André Takeda
takeda@revistasegurototal.com.br

 Portal Revista Seguro Total
www.revistasegurototal.com.br

 facebook.com/revistasegurototal

 rsegurototal

 twitter.com/seguro_total



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

Mercado tem bom desempenho e empresas investem em novidades

O primeiro semestre se foi e começam a aparecer alguns resultados. No todo, o mercado segurador registra alta de 7,1% até maio, com receitas de R\$ 103,7 bilhões. Para o presidente da CNSeg, Márcio Coriolano, o mercado continua a apresentar comportamento desigual das vendas entre os diversos ramos. De janeiro a maio, o ramo de seguros patrimoniais (do segmento de seguros de danos e responsabilidades) vem liderando o crescimento, com 15,7%, enquanto os Planos de Riscos (do segmento Cobertura de pessoas) evolui com taxa de 15,4%. Outro destaque foi o segmento de Títulos de Capitalização que apresenta crescimento 11,7% neste ano.

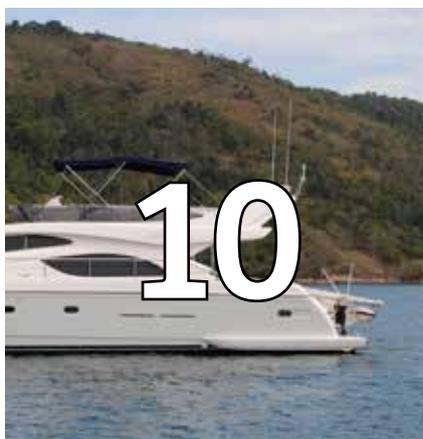
A economia brasileira ainda vive um clima de expectativa com alguns segmentos demorando na recuperação. A expectativa é que agora que a reforma da previdência foi aprovada na Câmara dos Deputados, a recuperação comece de fato. As companhias seguradoras não param de estimular o mercado. A Sulamérica, por exemplo, lançou um produto no ramo saúde que tem como propósito ser mais acessível a clientes de vida corporativos como pequenos e médios empreendedores.

A matéria de capa traz a Carglass®, uma empresa que tem planos ambiciosos para os próximos anos. A empresa colocou no mercado novos serviços de funilaria e pintura que tem despertado atenção do mercado. A empresa fechou parceria com grandes seguradoras e aposta na força dos corretores de seguros para atingir seus planos.

Outro destaque dessa edição é a seguradora Tokio Marine que completou 60 anos no Brasil e vem apresentando resultados bem expressivos. A posição brasileira é a segunda do grupo em resultados, ultrapassando as filiais inglesa e asiática. O tempo não para. É preciso estar atento para não perder as oportunidades.

Boa leitura!

SU MÁRIO



Case de empreendedorismo

Corretora catarinense aposta no seguro náutico para crescer



Capa - Carglass®

Lança serviço de funilaria e pintura express de pequenos danos de lataria



Caderno Empresarial

88i é um aplicativo de serviços digitais para contratação de seguros e assistência que chega para revolucionar o mercado



SulAmérica

Companhia lança novo produto para atender pequenas e médias empresas na área de saúde

9 Mapfre promove semana de cooperativismo

26 Amil é destaque em inovação

28 Celebração. Tokio Marine completa 60 anos

31 Entidades

34 Executivos assumem novos postos

CRESCÇA com a Liberty

O crescimento é um trabalho conjunto
construído ao lado de quem a gente mais
confia e reconhece: você, corretor.
Vem crescer com a gente!

Crescer Nossa Eficiência

Com plataformas e sistemas digitais, além
de novidades para apoiar seu desenvolvimento
e trazer uma experiência melhor ao nosso segurado.

Crescer Nosso Conhecimento

Através de encontros e trocas com nossos
especialistas, treinamentos, aplicativos e eventos
de tendências do mercado segurador.

Crescer Nossas Vendas

Com ações de relacionamento,
incentivo, a plataforma
do Meu Marketing, novos produtos
e serviços.



Participe, evolua e cresça cada vez mais.
Acesse o Blog Cresça com a Liberty e também nossa nova página no Facebook.



Liberty
Seguros

Marisa registra aumento de vendas no plano de previdência privada

A Marisa, rede de moda feminina, comemora o sucesso de vendas do Marisa Previdência após seis meses do lançamento do produto, em parceria com a Icatu Seguros, em dezembro de 2018. No mês de abril, a companhia registrou o dobro de venda, com a região Sudeste liderando, principalmente nas capitais. O Marisa Previdência oferece duas opções de plano de investimento mensal: R\$ 70 e R\$ 100. O valor escolhido é cobrado na fatura do Cartão Marisa. Não é preciso ter conta em banco. Além disso, a Marisa entende que um planejamento de longo prazo deve envolver a proteção para imprevistos. Por isso, o produto contempla proteção de riscos, como cobertura para morte e invalidez. “O que mais chamou atenção de nossas clientes é o Marisa Previdência ser uma possibilidade de ter/complementar a aposentadoria e ser uma forma de investimento”, afirma Célio Lopes, diretor da Marisa. Para Guilherme Hinrichsen, vice-presidente comercial da Icatu Seguros, a discussão em torno da reforma da previdência provoca na sociedade a importância de planejar o futuro. “Com a parceria, as clientes da Marisa têm alternativas para garantir uma aposentadoria com mais qualidade”, avalia.

Ex-Capemisa volta ao mercado de seguros



Jose Tatagiba, Bernard Biolchini e Eduardo Tatagiba

O ex-presidente da Capemisa, José Augusto da Costa Tatagiba, está de volta ao setor de seguros. O executivo assinou o contrato com a Pentagonal Seguros e será o novo franqueado de uma unidade no bairro Icaraí em Niterói, junto com seu filho, Eduardo Tatagiba. Atualmente, o executivo é sócio administrador da Bashir Brian Consultoria e Assessoria Ltda. “A partir de agora, eu e Eduardo Tatagiba, fazemos parte do time Pentagonal Seguros. Vamos desenvolver nossos esforços pra somar a esse empreendimento vencedor. Sabemos das oportunidades que vêm por aí e apesar do nosso segmento ter alcançado indicadores econômicos melhores do que outras atividades da economia, vislumbramos cenários positivos para futuro breve”, afirmou.

ENS firma parceria com instituição de Portugal

A Escola Nacional de Seguros (ENS) assinou acordo de cooperação técnica com a Associação da Faculdade de Direito da Universidade Nova de Lisboa (Jurisnova). O objetivo é estreitar relações culturais e científicas entre Brasil e Portugal para que sejam reconhecidas ferramentas indispensáveis à compreensão cultural recíproca e o avanço e difusão do conhecimento. A parceria foi formalizada em Lisboa, Portugal, durante encontro que marcou o início do inédito Programa de Treinamento no Exterior “Inovação em Seguros – A Indústria em Transição”. Os

termos do documento também preveem a realização de cursos intensivos e de curta duração pela Jurisnova. Assim, a instituição portuguesa ficará responsável pela elaboração do programa de cada curso e sua respectiva coordenação científica, e pela gestão logística e administrativa. Já à ENS caberá fornecer informações gerais à Jurisnova sobre os conteúdos dos programas e selecionar os participantes. “Esperamos criar, juntos, produtos que atendam às necessidades dos dois países”, declarou Maria Helena Monteiro, diretora de ensino técnico da ENS.

Fugindo das oscilações do dólar

A ASSIST CARD lançou um produto para celebrar os 25 anos do Real. O MULTITRIP REAL assegura ao passageiro preços fixos, que não sofrerão com as altas e baixas constantes da moeda americana, além de possibilitar o parcelamento da compra em 12 parcelas fixas. A campanha é válida até 31 DE JULHO, e está disponível apenas para compras feitas

em agências de viagens, corretora de seguros, telemarketing e lojas da ASSIST CARD. O produto, que é válido por um ano para comprar até dia 31 de julho, estará à venda em três versões, uma cobertura de 60 mil dólares, com parcelas mensais de R\$ 48. A segunda opção, cobre até 150 mil dólares, por R\$ 62 ao mês, e a terceira opção, assegura 250 mil dólares, por R\$ 78 mensais.

Cliente Agente completa um ano

O Cliente Agente, startup que ajuda corretoras a ter um programa de fidelidade para impulsionar as indicações dos clientes, tem uma nova parceria. “Evoluímos muito a ferramenta e é com grande alegria que comemoramos o aniversário do Cliente Agente anunciando uma grande parceria com a Dotz”, revela Kleber de Paula, CEO da insurtech. Agora, os clientes das corretoras aderentes ao Cliente Agente passam a ganhar Dotz pelas indicações e também na compra de seguros pela plataforma. A Dotz é o programa de fidelidade líder do varejo brasileiro com 23 milhões de clientes e está presente em 690 cidades com uma ampla rede de parceiros físicos e online. “O Cliente Agente é a única plataforma que permite ao corretor obter um programa e usar grandes marcas fortalecendo sua imagem”, explica Kleber.

Sicredi amplia portfólio de seguro auto

O Sicredi fechou parceria a Tokio Marine e com a Liberty para ampliar o portfólio de seguros para automóveis. Segundo Felipe Caballero, gerente da Corretora de Seguros Sicredi, a entrada dos novos parceiros está alinhada com a proposta da instituição de sempre proporcionar maior valor agregado aos associados, para que eles possam escolher os melhores serviços e coberturas. “Os consumidores estão bem mais criteriosos e esse elevado padrão de exi-

gência nos estimula a estar sempre em busca de negócios mais aderentes às necessidades dos nossos associados”, afirma. O segmento de seguro para automóveis já representa 28% da carteira total de seguros do Sicredi. Os Seguros Auto oferecidos pela instituição têm soluções para os segmentos de auto passeio, auto carga, e motos, garantindo assistência 24h e tranquilidade e conveniência para o proprietário do veículo e sua família.

Seu
cliente
merece
tranquilidade!

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



AUTO, MOTO E
CAMINHÃO



B.P.O



RESIDENCIA E
EMPRESARIAL



PET



VIAGEM



VIDA



CONCIERGE

As nossas pessoas são assim, cuidam das outras.

E podem tomar conta das suas também.

Conectamos pessoas a sonhos, por meio de novas tecnologias.

Somos pessoas que atendem pessoas.

iKê
Assistência®

(11) 2101-2800

www.ikeassistencia.com.br

Liberty é reconhecida pela inovação

Pelo quarto ano consecutivo, a Liberty Seguros foi eleita uma das empresas mais inovadoras do setor de seguros pelo ranking da revista “Valor Inovação Brasil”, anuário do Valor Econômico que premia as 150 companhias que se destacam no desenvolvimento de tecnologia e pesquisa no país. Em 2019, a Liberty ficou no top 5 no ranking do setor de seguros. No último ano, a Liberty trabalhou para dar continuidade aos seus investimentos por meio de iniciativas inovadoras para corretores, serviços digitais para todos os seus públicos e um novo laboratório de inovação. “Estamos sempre atentos às tendências do mercado e trabalhamos constantemente para estar entre as empresas mais inovadoras do nosso setor”, diz Patricia Chacon, diretora de transformação da Liberty Seguros.



Setor segurador registra alta

Em maio, as receitas do setor de seguros voltaram a crescer se comparado ao mesmo mês de 2018, registrando expansão de 16,1% (sem Saúde e DPVAT). Na média móvel dos últimos 12 meses até maio, a taxa também evoluiu para 1,5%, retomando o viés de alta sobre abril, que ficara praticamente estável (0,1%). De janeiro a maio, o ramo de seguros patrimoniais (do segmento de seguros de danos e responsabilidades) vem liderando o crescimento, com 15,7%, enquanto os Planos de Riscos (do segmento Cobertura de pessoas) evoluiu com taxa de 15,4%. Outro destaque foi o segmento de Títulos de Capitalização que apresenta crescimento 11,7% neste ano. No segmento de Vida e Previdência, o subsegmento de Cobertura de Pessoas – Planos de Riscos, nos últimos 12 meses até maio, a variação foi de 11,3%, seguindo uma trajetória de alta consistente. Os Planos de Acumulação (VGBL e PGBL) registraram variação negativa de 5,6% nos últimos 12 meses até maio.

ERRATA

Diferente do que foi publicado na edição 200, página 16, matéria “O que mudou em 200 edições?”, Tarcísio Godoy é diretor-geral da Escola Nacional de Seguros.

Em outro trecho da mesma matéria, o valor correto da projeção feita pelo executivo é de R\$ 1,5 trilhão.

Desconto para certificado digital

A ID Seguro, rede de Autoridades de Registro geridas por corretores de seguros, ligados às Autoridade Certificadora Sincor, em parceria com a Certisign, líder de mercado, inicia campanha que concede 30% de desconto na renovação de qualquer certificado digital. “Queremos incentivar as renovações dos certificados digitais antes que expirem, pois é um processo mais fácil para o usuário do que emitir um novo documento, e mais barato, principalmente agora com este importante desconto”, afirma o gerente de Certificação Digital da ID Seguro, José Camilo Nagano. Para garantir o desconto, é preciso acessar o site da ID Seguro, clicando em “Meu certificado” no menu principal e em seguida, em “Renovações”. Sem data para acabar, a campanha também vale para a renovação dos certificados emitidos por outras Autoridades Certificadoras, bastando que ainda estejam válidos.

Semana do cooperativismo do mercado de seguros reuniu representantes de diversas regiões do país



A Coop Week, promovida pela Mapfre Seguros, foi o primeiro evento de cooperativas realizado por seguradora

Sergio Vitor

A Mapfre Seguros promoveu a primeira edição da Coop Week, evento que reúne representantes de cooperativas de diversas regiões do país. A importância social dessas empresas no Brasil foi o centro do debate o que aconteceu entre os especialistas convidados. O evento aberto para imprensa ocorreu em julho, na sede da seguradora em São Paulo.

Sob a perspectiva de desenvolvimento social, os palestrantes destacaram a geração de emprego e crescimento econômico que o sistema cooperativo constitui ao país. “O cooperativismo tem presença acentuada na atividade socioeconômica. Atualmente, eles empregam 20% a mais em relação a soma de todas as multinacionais”, revelou o convidado Ênio Meinen, autor do livro “Cooperativismo Financeiro - Virtudes e Oportunidades”.

Meinen afirmou que essas organizações entram em regiões mais distantes, que não têm interesse dos grandes bancos. “Em cerca de 10% dos municípios do país, as únicas instituições financeiras são as cooperativas. Nesses locais, elas geram renda, emprego e levam poder de compra, realizando o sonho de milhares de famílias”, declarou.

Embora os dados mostrem a relevância desse sistema no país, grande parcela da população ainda não percebeu sua importância. Nos centros urbanos, por exemplo, onde o impacto fica menos perceptível, os grandes bancos continuam tendo a preferência dos correntistas. Essa estatística, no entanto, é prejudicial ao país, segundo relatou o diretor-executivo do Sicredi, Cidmar Luís Stoffel. “Nos países desenvolvidos, as cooperativas de crédito estão presentes em larga escala”.

O olhar do presidente

Em 1933, a Mapfre nasceu como cooperativa, deixando de ser 70 anos depois. Em 2019, a companhia foi a primeira seguradora a promover um evento de cooperativas. “A Mapfre Seguros sabe como o sistema cooperativo é fundamental para o desenvolvimento do país”, observou Luiz Gutierrez, CEO da Mapfre Seguros no Brasil.

Gutierrez considera importante a publicidade da cooperativa e a educação financeira dos brasileiros. Entretanto, ele garante que para disseminar a relevância dessas organizações, elas devem permanecer estreitando relações com os consumidores. “A parte essencial é estimular as pessoas a praticarem a disciplina financeira. Utilizando essa prática no dia a dia, mais brasileiros terão acesso à poupança e ao crédito. Com isso, estaremos desenvolvendo o conhecimento da população e o crescimento do futuro”, disse ele.

SEGURO EMPRESARIAL

Com o aumento do número de empresas, segmento representa oportunidade para corretores de seguros

Com o crescimento do empreendedorismo em todo o Brasil, novos negócios de diferentes mercados são criados a cada dia. De acordo com o relatório GEM (Global Entrepreneurship Monitor) de 2018, feito com apoio do Sebrae, o número total de empreendedores no Brasil já ultrapassa a marca dos 52 milhões de pessoas. Estudos apontam que em 2018, 2 em cada 5 brasileiros entre 18 e 64 anos estavam à frente de uma atividade empresarial ou tinham planos de ter um negócio.

Esse novo cenário também representa uma grande oportunidade de novos negócios para os corretores: os seguros empresariais. Montar sua própria empresa é uma conquista muito importante para alguns empresários. Por isso, para garantir a segurança e a sustentabilidade do negócio, é necessário ter um seguro específico aderente às particularidades de cada atividade.

“Enxergamos muitas oportunidades nesse segmento, já que apenas 30% das pequenas empresas possuem seguro patrimonial. Ainda há muito que explorar com este público”, aponta Mario Cavalcante, diretor de massificados da Liberty Seguros.

Produtos personalizados

Pensando nisso, a Liberty Seguros oferece mais de 20 produtos na categoria de seguros patrimoniais com serviços sob medida e coberturas desenvolvidas por especialistas em cada nicho de atuação. A seguradora oferece 15 produtos focados em comércio e serviços como pet shop, salões de cabeleireiros, bares e restaurantes, escolas etc. Além disso, existem mais nove produtos para pequenas indústrias de segmentos como metais, bebidas não alcoólicas, vinícolas, calçados, entre outros.

“A Liberty tem como foco o segmento de pequenos empreendedores. Somos reconhecidos pela especialização em produtos e investimos constantemente na customização de soluções para os nossos clientes. Buscamos as necessidades dos empresários e criamos seguros que os ajudam a garantir a continuidade dos negócios em caso



de algum incidente ou ocorrência”, ressalta Cavalcante.

Dentre os nichos oferecidos no portfólio, a seguradora destaca algumas atividades com alto potencial de vendas. São negócios que estão em crescimento no país em meio a um cenário econômico desafiador. O ramo de pet shop, por exemplo, apresenta ótimos resultados com perspectiva de crescimento. Para se ter ideia do tamanho do mercado, o segmento de produtos para pet movimentou mais de R\$20 bilhões e em 2017, tornou-se o segundo maior mercado do mundo, atrás apenas do Reino Unido.

Desde o ano passado a Liberty vem fazendo uma série de alterações para deixar o produto mais atrativo: pagamento da comissão antecipado, parcelamento em até 10x sem juros, 1º risco absoluto para riscos até R\$ 2 milhões, chat no sistema de cotação para o corretor falar direto com especialistas, inclusão de mais de 40 novas atividades no produto, além da possibilidade de atender operações diferenciadas com apólices agrupadas sob um único estipulante.

Conheça algumas coberturas específicas para esses tipos de negócio:

Liberty Escolas

- Cobertura de Responsabilidade Civil Estabelecimento de Ensino, que cobre eventuais danos involuntários, corporais ou materiais causados a alunos ou profissionais do estabelecimento;
- Assistências para conserto de bebedouros, colocação de tapume, cobertura provisória de telhados, e outros serviços como chaveiros, eletricitista e encanador;
- Serviços diferenciados como gerador provisório, transferência e guarda de móveis e reparos da rede de telefonia.

Liberty Pet Shops

- Cobertura de Responsabilidade Civil que garante danos ao cão ou gato entregues para tosa, banho ou tratamento no local segurado
- Cobertura no caso de desaparecimento, morte do animal e reembolso com funeral e cremação
- Assistência 24 horas com hotel para animais em caso de sinistro ou ocorrência.

Liberty Consultórios

- Assistência 24 horas disponíveis para serviços como vidraceiro, eletricitista, segurança e vigilância, entre outros;
- Cobertura a danos em veículos no estacionamento do estabelecimento.

Liberty Salões de Cabeleireiros

- Cobertura de Responsabilidade Civil que garante proteção contra danos corporais causados por objetos cortantes ou quentes (tesouras, secador, barbeador), com cobertura de despesas

médicas e hospitalares relacionados ao incidente

- Assistência com vidraceiro, que garante reposição de eventual espelho quebrado acidentalmente no salão

- Cobertura do material de reposição.

Além dessas atividades, a Liberty Seguros também tem aceitação diferenciada para lojas de autopeças e lojas de roupas, outros estabelecimentos com grande potencial de vendas para os corretores.

Incentivo para crescer as vendas

Pensando no desenvolvimento e no reconhecimento de seus corretores e parceiros, a Liberty Seguros acaba de lançar uma campanha de incentivo para premiar as vendas dos produtos de Comércio e Serviços.

Os prêmios - que vão de R\$ 200 a R\$ 1000- poderão ser trocados por itens em catálogo, como eletroportáteis, cursos, vale-compras, entre outros. Para ganhar, o corretor deve acumular no mínimo 1000 pontos, que podem ser adquiridos de três formas: realizando treinamentos Liberty dos produtos Comércio e Serviços disponíveis na plataforma on-line da seguradora, realizando cotações e emitindo apólices.

A campanha acontece de 1º de agosto a 30 de setembro e contempla todos os produtos de seguros empresariais Liberty. Além disso, ao longo da campanha a Liberty Seguros também irá disponibilizar conteúdos especiais com dicas de especialistas para a melhor abordagem de venda aos empresários. “Com todas essas ações, oferecemos ao corretor um suporte completo, incentivos, treinamentos e muitas informações para que possam aproveitar esta grande oportunidade para a sua carteira, que é o seguro empresarial”, finaliza Cavalcante.



Reparo rápido e SuperMartelinho[®] da **Carglass**[®] ganham atenção de grandes seguradoras no país

“Nos próximos anos, vamos dobrar de tamanho e os corretores e seguradoras são nossos parceiros estratégicos nessa caminhada. Estamos otimistas com o mercado e o futuro”, destaca Luiz Novaes, CEO da Carglass[®]

A Carglass[®], líder mundial em serviços automotivos, que no passado foi pioneira no seguro de vidros e acessórios (troca de vidros, faróis, lanternas, retrovisores e reparos de para-brisas), novamente conquista os olhares do mercado segurador e avança fortemente na conquista de mercado: o Reparo Rápido e o SuperMartelinho[®], de atuação nacional, já são novidades em grandes seguradoras como Bradesco e Porto Seguro – além de outras que estão em avançada negociação.

A Carglass® é uma marca do Grupo Belron®, organização mundialmente reconhecida por prestar serviços automotivos de excelência a milhões de motoristas, sendo líder em seus segmentos. Atualmente, está presente em 30 países, conta com mais de 30 mil colaboradores, e mais de 2.400 lojas próprias, tendo a maior rede especializada no segmento. Possui mais de 10 mil viaturas para atendimento do Serviço Móvel para a comodidade dos proprietários de veículos. O Grupo Belron® investe em soluções inovadoras para o mercado automobilístico em todo o mundo.

A grande maioria das batidas, raspões e amassados ficam abaixo da franquia do seguro tradicional. De olho nesse filão, a Carglass® fez um movimento global e o Brasil não ficou de fora. A empresa, criadora nacional da cobertura de vidros e acessórios, diversificou sua linha de atuação e adquiriu a empresa DiskReparo®, líder nacional no segmento de serviços de funilaria e pintura express.

Junto com a DiskReparo®, a Carglass® inovou novamente no mercado nacional e criou uma inédita cobertura adicional para seguro de automóvel. Com foco total no relacionamento com corretores de seguros, o serviço ganhou atenção e atraiu parceiros estratégicos.

O primeiro movimento de parceria ocorreu com a Bradesco Seguros. A seguradora foi a primeira a oferecer aos seus segurados de automóvel, em todo o Brasil, o programa "Repare Fácil" que traz os serviços especiais de SuperMartelinho e Reparo Rápido. Mais recentemente, a Porto Seguro Auto, com o objetivo de oferecer ainda mais benefícios aos segurados,

incluiu a novidade como uma nova cláusula adicional de assistência contendo estes serviços. Em ambas as seguradoras a contratação desta cláusula pode ser realizada no momento da aquisição do seguro Auto junto ao corretor de seguros. "A Carglass®, que no passado criou a cobertura de vidros, agora abre esse novo mercado. Há um potencial importante neste segmento", afirma Fábio Arruda, COO da empresa no Brasil.

O SuperMartelinho® é o serviço de desamassamento de danos na lataria do veículo de até 30 cm de diâmetro – que não sejam profundos e não necessitem de repintura da peça danificada –, enquanto o Reparo Rápido executa a funilaria e repintura de amassados e arranhados na lataria externa ou para-choque para danos de até 50 cm de diâmetro. Ambos os serviços são de rápida execução, com duração de até 4 horas, que permite que o segurado não fique com o carro parado, e ainda é possível ser feito no local de escolha do segurado, ou seja, na sua própria residência, escritório ou em uma loja Carglass®.

O funcionamento, segundo Fábio Arruda, é simples. "Depois do agendamento, o serviço móvel vai à casa do segurado e faz consertos de até 50 centímetros nos veículos que sofreram pequenos danos. Além do Reparo Rápido, a empresa lançou também uma cobertura para martelinho de ouro sob a marca SuperMartelinho. Na prática, para chegar nessa solução, que evita que o carro fique dias estacionado em uma oficina tradicional, o laboratório técnico da empresa na Inglaterra desenvolveu, junto com fabricantes multinacionais, tintas e verniz que permitem que os serviços



Fábio Arruda, COO da Carglass® no Brasil

Carglass® inova ao oferecer serviços de rápida execução e que podem ser feitos no local escolhido pelo segurado: em casa, no escritório ou em uma loja Carglass®



Com o SuperMartelinho®, o conserto é realizado em poucas horas preservando a pintura original do carro

sejam executados em poucas horas, seja em uma das lojas da Carglass® ou no local solicitado pelo cliente. Dá para fazer no prédio, ambiente de trabalho ou na garagem do segurado”, enfatiza Arruda, revelando que “pretende dobrar o faturamento no Brasil até o fim de 2020”.

O grupo Belron, dono da Carglass®, existe há mais de um século, é líder neste serviço de reparo rápido na Inglaterra e está expandindo para todo mundo, incluindo o Brasil. Segundo Luiz Novaes, CEO da Carglass® no Brasil, a ideia do lançamento desse serviço, que tem forte apelo popular, nasceu da observação dos carros no trânsito. “Quase todos têm um amassado, ou mesmo, um risco na pintura. Como o brasileiro é apaixonado por carro e não gosta de avarias, trouxemos essa solução que permite um reparo

de altíssima qualidade sem atingir o valor da franquia”.

Conforme enfatiza Novaes: “Essa parceria com o Grupo Porto Seguro é um passo importante para expansão dos serviços. Sempre fomos grandes parceiros dos corretores e, esses profissionais, são peças fundamentais para divulgação dos nossos serviços. Com base na liderança da Porto Seguro e em sua reconhecida proximidade com os corretores, bem como em sua oferta de produtos inovadores de qualidade diferenciada, estamos otimistas com os resultados”, destaca.

Desde janeiro de 2016, Novaes, comanda esse movimento da maior companhia de reparação e troca de vidros automotivos do mundo, com 3 bilhões de euros de faturamento, e dona da marca Carglass®. A estratégia de avanço passou

pelo fortalecimento no relacionamento com as seguradoras, por um grande investimento de informatização e digitalização de todos os processos de atendimento da empresa que resultou em níveis de qualidade recordes, pela racionalização de custos e pelo aprimoramento de uma estrutura para atender melhor os clientes nas lojas, com salas confortáveis, wi-fi, além do tradicional cafezinho.

A parceria entre britânicos e brasileiros evoluiu. E o negócio cresceu. A empresa está lançando versões de lojas maiores, chamadas de supercenter, cada uma com 1,5 mil m². O espaço é 10 vezes maior do que os pontos de venda convencionais, com capacidade para atender até 250 carros por dia. Hoje, a marca possui 35 lojas próprias espalhadas pelo país, além de contar com mais de 1,4 mil empresas par-

ceiras de serviços automotivos. Cada supercenter custará R\$ 1,5 milhões. “Já investimos mais de R\$ 40 milhões em abertura de lojas, em sistemas e soluções de informática, em treinamento de pessoal e na expansão de nossa operação no país. Nos próximos anos, vamos dobrar de tamanho e os corretores e seguradoras são nossos parceiros estratégicos nessa caminhada. Estamos otimistas com o mercado e o futuro”, finalizou Novaes.

Parceria de sucesso: sinônimo de bons negócios

A história de sucesso da Carglass® no Brasil se funde, em toda a sua trajetória, com parcerias estratégicas com o mercado de seguros e os corretores. Sílvio Poço, da Corretora Investir, é parte integrante desse processo há mais de 25 anos. “A Investir começou em 1994, então esse ano completamos 25 anos de mercado. Há 15 anos trabalhamos dentro da sucursal da Porto Seguro. O automóvel é fundamental para qualquer carteira de corretor, uma vez que ele impacta em fidelização, aproxima dos clientes e promove uma conversa muito mais simplificada”, pontuou.

O corretor é profundo conhecedor dos serviços da DiskReparo®. “Vimos que era um negócio bastante interessante e, por meio desse movimento de parceria da Porto Seguro e Carglass®, acreditamos que o novo serviço se encaixa perfeitamente na realidade do brasileiro - preenchendo aquela situação de chegar em uma oficina cheia e ter que esperar de cinco a dez dias para pegar o carro. É uma conveniência muito interessante, pois o serviço vai até a sua casa, resolve o problema ali e com qualidade. Mas o grande diferencial é

realmente a praticidade: o cliente dá uma ralada no carro e, rapidamente pode mandar fotos pelo celular. A empresa já avalia a viabilidade, agenda o serviço, e acabou. Esse tipo de situação em que você resolve um problema pelo celular é um caminho sem volta”, classificou Sílvio, mencionando que “a DiskReparo® é um diferencial que estava faltando no mercado”.

Em termos de nova oferta aos clientes, segundo ele, é um ganho em produtividade importante. “Não é só na questão da fidelização, até porque, hoje em dia o corretor precisa ter uma visão macro, de que é preciso buscar atender o cliente em todos os aspectos. As companhias já identificaram isso e elas fazem campanhas de cross-selling em que você pode oferecer tudo ao cliente. E agora ter a possibilidade de oferecer uma cláusula diferenciada, como o Reparo Rápido e o SuperMartelinho®, também fideliza, mais que isso: aproxima do cliente e fortalece a figura do corretor. Isso eu acho interessante”, afirmou.

Com a visão de corretor, Sílvio classifica esse novo movimento como ideal. “Às vezes não sabemos ao certo a necessidade dos clientes, mas nossa função é de precaver de um futuro sinistro ou evento que será desagradável. Agora temos isso nesta cláusula, que coloca esse tipo de pequeno amassado e ralado na lataria, que é uma situação chata para resolver, dentro da própria apólice e por custo extremamente barato - então é um pacote completo. Às vezes, ouvimos do cliente que o carro não vai ser roubado porque toma muito cuidado, mas o ‘raladinho’ é quase inevitável. Vai ser um sucesso esse produto no mercado”, finalizou.



Célia Forni e Sílvio Poço, sócios da corretora Investir

“Carglass® sempre buscou parcerias estratégicas no mercado de seguros brasileiro”

Firmo Corretora traz garantia de qualidade há 20 anos no mercado de seguro náutico

A corretora de seguros conhecida pelo seu segmento especializado, atinge duas décadas de serviço e, em 2019, visa a migração para o segmento de seguros aeronáuticos

Caroline Menis

Se olhar com atenção, de alguma maneira tudo a nosso redor está relacionado com seguros. Um patrimônio histórico que é destruído, uma casa que é incinerada, um acidente, ou simplesmente, um seguro de vida.

Para reduzir os efeitos ou para se proteger de uma tragédia, existem as corretoras de seguro que fazem a intermediação na oferta de proteção. Algumas são especializadas em determinados nichos como a Seguro Firmo, que é especialista em seguro náutico, um segmento que vem crescendo espontaneamente, e tornando-se um diferencial no mercado de seguros.

A Firmo Corretora de Seguros foi fundada em 1998, oferecendo seguro corporativo, náutico, de condomínio, imobiliário, saúde e previdência. Atualmente está criando bagagem no seguro aeronáutico.

Em 2018, a carteira de clientes cresceu 25% e a perspectiva da corretora neste segmento para 2019 é mais modesta, com uma meta de crescimento de 20%, decorrente do cenário político instável.

De acordo com o diretor da Firmo Corretora de Seguros, Charles José Firmo, a escolha por este segmento foi sua enorme paixão pelo

mar e os conhecimentos técnicos do mesmo, tanto corretor quanto proprietário de barcos. “Faço parte deste universo, e não vejo dificuldades nessa área de forma alguma porque somos uma corretora diferenciada no mercado, e também investimos em profissionais especializados”.

A corretora fica em Blumenau, Santa Catarina, e nestes 20 anos de atuação no mercado, mantém sua tradição de sempre estar à frente no quesito qualidade de seus serviços, eficiência no atendimento a seus clientes, e em parceria com as 15 melhores seguradoras do mercado trazendo garantia de tranquilidade.

“A grande sacada é rapidez, a dinâmica de realizar o negócio já que os canais de distribuição das seguradoras são muito complexos”, diz Charles Firmo. Ele explica que a Firmo vai na contramão ao oferecer canais para agilizar esse processo. “Um exemplo de parceria com as seguradoras é a agilidade e facilidade de colocar risco de uma embarcação de mais de R\$ 10 milhões em 48 horas. Viabilizar a navegação em pouco tempo, além de ter conhecimento aprofundado da área náutica, ou seja, fala de igual com o seu cliente, o que traz muita segurança”, diz ele sobre a forma como se diferencia do mercado.

Ainda afirma que a especialização e o conhecimento técnico de cada segmento, além da forma que se comunica para apresentar produtos e serviços diferenciados, faz com que atraiam sempre novos clientes, e seu relacionamento com eles é extremamente personalizado. “Temos clientes exigentes e que requerem cuidado e atenção dos profissionais. Por isso, os canais de comunicação modernos (redes sociais) e a agilidade no retorno são muito importantes”.

A gestão da Firmo é verticalizada e com um especialista para cada área; cada profissional tem autonomia no seu segmento.



DEMOREMOS VEM AÍ XIX PRÊMIO MERCADO DE SEGUROS

TROFÉU GAIVOTA DE OURO

12 DE SETEMBRO

 /REVISTASEGUROTOTAL

 RSEGUROTOTAL

 SEGURO_TOTAL



+ Informações

CADERNO

empresarial

“Uber” dos seguros, startup faz cliente virar corretor

Aplicativo de serviços digitais para contratação de seguros e assistência chega para revolucionar o mercado

Sergio Vitor

Um acidente e o seguro negado. O sinistro não teve resolução, mas foi o suficiente para despertar a imaginação dos fundadores da 88i. Rodrigo Ventura, Thiago Souza, Alex Silva e Marcelo Galbe, todos profissionais com mais de uma década no mercado. Os quatro decidiram criar, em 2018, um aplicativo que mudaria o cenário do setor. O propósito deles era colocar o cliente no centro do negócio e olhar para suas necessidades. Hoje em dia, em desenvolvimento, a startup faz até cliente virar corretor.

Com a mudança de comportamento do con-

“Mais do que democratizar o seguro, a 88i nasceu para revolucionar o mercado segurador”

sumidor, as exigências estão baseadas em torno da agilidade. Por isso, ao entrar na plataforma da 88i, o usuário adquire facilmente um seguro. As proteções disponíveis são para smartphones, residências e veículos. As assistências baseadas em blockchain conectam corretores aos clientes, que podem adquirir a proteção em menos de três minutos.



Marcelo Galbe, diretor de tecnologia da 88i

A simplicidade chama a atenção dos usuários que são adeptos do mundo novo, mais digital. Por isso, a “aceitação do mercado tem sido rápida”, afirma Marcelo Galbe, diretor de Tecnologia da 88i. Atualmente, oito seguradoras têm contrato com a startup, o que mostra como a plataforma chamou atenção

das companhias. Com o modelo de negócio B2B e B2C, a empresa realiza parcerias com canais digitais, que estreitam a relação com o cliente final.

“Mais do que democratizar o seguro, a 88i nasceu para revolucionar o mercado segurador. Olhar genuinamente para o cliente e suas necessidades, além de buscar alternativas mais baratas e eficazes de venda”, revela Galbe. O executivo continua dizendo que “o aplicativo gera facilidade, transparência e confiança por meio da tecnologia”. Os benefícios do consumidor entram em concordância com um dos objetivos da startup, que é expandir as fronteiras do mercado.

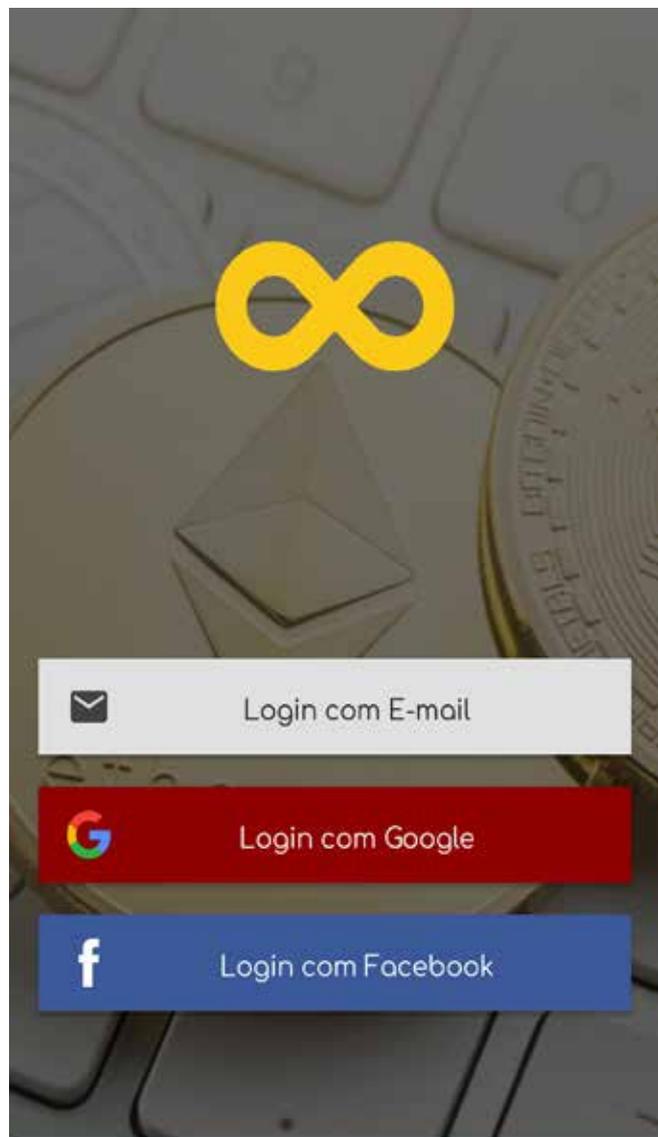
Mesmo esbanjando facilidades na contratação, a empresa tem diante do seu caminho a baixa cultura de seguro no Brasil. Fazer as pessoas acreditarem na necessidade de ter um seguro é uma árdua tarefa. Segundo a filosofia da 88i, facilitar o acesso à proteção por meio da tecnologia é essencial para expansão do setor no país. “No geral, as pessoas não querem comprar. A cultura é que é um gasto desnecessário, especialmente no Brasil”, avalia Galbe.

Na visão do executivo, a baixa adesão somada à burocracia na contratação a venda fica ainda mais difícil. “Com a 88i é possível comprar o seguro com alguns poucos cliques. Estamos lançando a funcionalidade “OneClickBuy”. Nela, o cliente comprará seu seguro em um único clique”, salienta. Segundo ele, atualmente os pagamentos são realizados por assinatura, como a Netflix. “O cliente não tem que se preocupar com o comprometimento do saldo do cartão de crédito e tampouco com a renovação de seus seguros. Aceitamos até criptomoedas como forma de pagamento! Tudo para facilitar a vida dos clientes”, ressalta.

A inovação no mercado realizado pela startup rendeu reconhecimento, em 2018, do Startup Weekend Blockchain Techstars, um dos maiores eventos de Blockchain do mundo.

Até então, o aplicativo está disponível apenas para sistemas Android. Galbe explica que a decisão de desenvolver primeiramente para essa plataforma ocorre porque o alvo inicial são usuários dela. “No ecossistema de mobilidade, onde o cliente usa o celular como ferramenta de trabalho, temos mais de 98,7% de uso de Android. Portanto, não justifica investirmos no iOS. Agora que a versão para Android é estável, já iniciamos o desenvolvimento do aplicativo iOS que deve ficar pronto em outubro deste ano”, explica o executivo.

Quando a startup diz que o cliente está no centro dos negócios, ela leva isso ao pé da letra. Ao



indicar a utilização do aplicativo para outras pessoas, o usuário ganha descontos progressivos na proteção até ficar de graça. De acordo com Galbe, toda vez que um cliente indica outro e este adquire um seguro, os dois saem ganhando. “O valor de desconto começa a ser creditado na Wallet de Seguros do cliente como ‘cashback’. Este dinheiro pode ser gasto normalmente usando o cartão pré-pago da 88i”, informa.

O momento do mercado de seguros é de transição. As plataformas digitais do setor, ainda recém-criadas, se desenvolvem aos poucos. Atualmente, oferecer serviços de maneira personalizada e de comercialização simples é necessário. Baseado nessa nova demanda, o aplicativo 88i garante a desburocratização no momento da compra e abre caminho para a nova era de consumidor de seguros, muito mais exigente, porém com potencial maior para adquirir uma proteção.

Corretor, qual é o seu principal desafio na hora da comercialização ?

O advento da tecnologia proporcionou aos consumidores um estreitamento de relação com produtos e serviços. Isso porque, hoje em dia, grande parte das coisas, pode ser adquirida na internet. No setor de seguros a realidade não é diferente



“Hoje, o principal desafio para comercializar produtos relacionados a seguro é a grande concorrência nas grandes cidades, onde além de possuir vários corretores, tem a concorrência dos bancos e das plataformas digitais, que só oferecem preços para o cliente, mas não oferecem um atendimento personalizado que só um bom corretor pode oferecer aos clientes.

Na hora de contratar um seguro, o consumidor precisa ver tudo, não somente o preço, pois o corretor irá poder ajudar a qualquer momento, prestando um apoio em caso de pane ou acompanhando todo o processo em caso de um sinistro.

O grupo Total Corretora possui mais de 20 anos no Mercado de Seguros e mais de 40 filiais espalhadas pelo Brasil sempre prezando pela Ética, Transparência e Honestidade em nossos relacionamentos para atender da melhor forma seus clientes”.

Luciano Carvalho, corretor da Total Corretora



“Seguindo uma metodologia de trabalho passada pela companhia (Mongeral Aegon), o nosso plano de ação consiste em agendar com possíveis clientes, realizar uma consultoria em vida e previdência e independentemente de o fechamento da proposta pedir indicações para que se gere uma rede de relacionamento ativa.

No tocante aos produtos de vida e a consultoria prestada neste âmbito, um dos grandes desafios é vencer a barreira que há com o cliente quando se trata em falar de morte, invalidez e sobrevivência. A maior parte da população diz querer se aposentar ou faz projetos para esta fase da vida, porém poucos fazem um planejamento para isso. Esse é o nosso trabalho.

Ainda sim temos uma grande dificuldade em prestar esta consultoria e conscientizar o cliente sobre esta questão, por se

tratar de um assunto delicado e desconfortável quando se fala em morte, ou a falta de seus entes queridos.

O desafio da nossa corretora hoje é quebrar o tabu que ainda existe em algumas pessoas em relação à previdência complementar e levar soluções financeiras para proteger seus familiares e patrimônio”.

Danilo Piva, corretor e fundador da Piva Corretora de Seguros



CERTIFICAÇÃO AIRM

ALARYS 



A Associação Brasileira de Gerência de Riscos – ABGR proporciona aos profissionais de Administração de Riscos e Seguros, a Certificação Internacional em Gerência de Riscos (AIRM), através da Fundação Ibero-Americana de Administradores de Riscos e Seguros (ALARYS).

A Certificação AIRM é reconhecida mundialmente pela International Federation of Risk and Insurance Management Association (IFRIMA) e nos Estados Unidos pela RIMS (Risk and Insurance Management Society Inc).

A AIRM é dirigida principalmente aos profissionais da área de riscos, independente do campo em que

atuem (riscos seguráveis, operacionais, financeiros, estratégicos), que desejam obter reconhecimento profissional em Gerenciamento de Riscos, bem como aos que pretendem obter o “RIMS Fellows Designation”.

Áreas:

- Adm. de Riscos
- Seguros
- Tesouraria
- Finanças
- RH
- Controle e Auditoria Interna
- Jurídico
- Qualidade
- Compliance
- Operações
- Engenharia
- Logística e outras, ligadas ao controle e mitigação de riscos.

Os interessados deverão encaminhar curriculum para avaliação e aprovação da Direção do curso. Endereço (abgr@abgr.com.br).

Link para maiores informações: <http://abgr.com.br/noticias.php?NuNot=168>

**NOVAS TURMAS
INFORME-SE!**

Entre em contato direto com ABGR - Tel.: 011 5581 3569 • 2578 7223

SulAmérica Direto é lançado no Rio de Janeiro

Objetivo é oferecer seguro saúde a preço mais acessível para pequenos e médios empreendedores

Sergio Vitor, enviado especial ao Rio de Janeiro

No final de junho, a SulAmérica reuniu corretores de seguros especializados em saúde para divulgar mais um produto: o SulAmérica Direto. Com novas condições, mais acessíveis aos clientes de vida corporativos, como pequenos e médios empreendedores, por exemplo, a novidade chega como meio alternativo a fim de atender todos os públicos.

Com planos a partir de R\$ 132, a nova linha empresarial oferece rede de atendimento local e serviços diferenciados. A parceria da seguradora com a Rede D'Or foi fundamental para elaboração do produto. Os corretores podem oferecer aos clientes serviços completos que incluem hospitais, clínicas, laboratórios e especialistas conhecidos na região.

Para André Lauzana, vice-presidente comercial e de marketing da SulAmérica, o lançamento é reflexo do novo olhar de inovação da seguradora, além de aumentar a oportunidade de venda dos corretores. “A diversificação do nosso portfólio é uma oportunidade de novos negócios para o corretor, que participou ativamente de todas as etapas do desenvolvimento do ‘SulAmérica Direto’” destacou.

O novo produto tem a intenção de atender o público que não possui seguro por dificuldades no orçamento. Experiente, a SulAmérica entendeu essa necessidade e passou a criar planos diferentes, que possam atingir todos os públicos.

O corretor poderá ofertar aos clientes coberturas em procedimentos hospitalares, ambulatoriais e la-



André Lauzana, vice-presidente comercial e de marketing da SulAmérica

boratoriais, com opções de internação em enfermaria ou apartamento. Os beneficiários, por sua vez, usufruem dos serviços da seguradora, como o programa Saúde Ativa, que visa promover hábitos saudáveis e qualidade de vida, e Médico na Tela, que permite ao segurado fazer uma vídeo-chamada com médicos especialistas. Lauzana destacou, portanto, a importância do corretor de seguros em “ser especialista em pessoas e ser adoradores de clientes. Vamos para rua mostrar que a gente tem um produto pensado na tranquilidade e na proteção das famílias”.

“A SulAmérica passou pelo processo de transformação e evolução na última década, desafiando tendências e investindo no potencial dos produtos”, comenta Raquel Giglio, vice-presidente de Saúde e Odonto da seguradora. Segundo ela, o produto regional foi lançado primeiramente no Rio de Janeiro. Entretanto, a executiva afirma que essa nova linha de produtos será

disponibilizada gradualmente em outras cidades do país, respeitando as características locais e as redes médicas de cada região.

“A linha ‘SulAmérica Direto’ foi construída a partir da contribuição de nossos parceiros, engajados clientes, prestadores e corretores no mesmo propósito, e por isso traz produtos tão inovadores, que combinam qualidade, eficiência e excelente custo benefício, entregando valor para empresas clientes e levando melhor experiência para beneficiários”, observa Giglio.

A SulAmérica investe fortemente na área de produtos de pessoas, tornando-se especialista nesse segmento. Com produto SulAmérica Direto, a companhia pretende atingir pequenos e médios empreendedores, que representam 98% das empresas ativas no país.

No fim de junho, a seguradora confirmou, em nota, que a Allianz manifestou interesse em adquirir sua carteira de auto, reforçando a expectativa de que a companhia foque em crescer no segmento de saúde.



Raquel Giglio, vice-presidente de Saúde Odonto

A informação diária também é muito importante.

Por isso, o site da Revista Seguro Total é exatamente o que você precisa!

www.revistasegurototal.com.br



Acesse agora e acompanhe a cobertura dos assuntos mais relevantes do setor de seguros.



Você ainda pode baixar esta e outras edições no próprio portal.

Parceiros tecnológicos são estratégicos para seguradoras na “Terceira Onda da Internet”

A transformação digital, que segue como o mantra das grandes seguradoras no século 21, é um dos símbolos da nova era, informação e big data no setor já são uma realidade

(*) Rossana Costa

Segundo o investidor Steve Case, co-fundador da AOL (América Online), um dos primeiros provedores privados de internet do mundo, a sociedade vive a “Terceira Onda da Internet” que surge da enorme oferta de conectividade impulsionada pela internet móvel e a computação em nuvem. Nesta onda, ficar desconectado da internet não é mais uma opção. No caso específico do mercado segurador no Brasil, contar com parcerias externas especializadas é uma opção eficaz para acompanhar esse ritmo cada dia mais veloz.

As parceiras tecnológicas do mercado segurador oferecem uma alternativa viável e ágil para acelerar processos da transformação digital neste segmento da economia. Elas podem ser as responsáveis pelo processo de adaptação das novas ferramentas com a estrutura legada já existente nas seguradoras. Além disso, também têm a vantagem de atuar de maneira segmentada em aspectos específicos do setor, como apólices diferenciadas, ou no relacionamento direto com os corretores, ampliando de forma substancial a distribuição de determinadas operações de seguros.

Assim, torna-se possível separar no mercado de insurtechs quem somente oferece uma solução tecnológica avançada e quem vai além e se aperfeiçoa como parceiro digital das seguradoras, agregando elementos chave neste novo cenário, como expertise em relação à legislação, elementos de subscrição e eventual regulação de determinado produto, indo inclusive até a captação de novos negócios por meio de corretores e outros players do mercado, oferecendo também uma distribuição rápida e especializada de forma on-line.

Ao contar com uma parceria digital verdadeiramente estratégica, as seguradoras ganham mais do que uma ferramenta tecnológica e moderna, agregando a consultoria técnica como pilar central em ações cada vez mais personalizadas. Outro aspecto no qual uma parceira digital pode impactar positivamente as seguradoras é a capacidade de análise de dados. Apesar da quantidade e detalhamento de informações ter aumentado exponencialmente como decorrência do processo de digitalização das apólices ao longo dos últimos anos, a análise desses dados como base de informação ainda não está completamente implementada no mercado segurador.

Neste aspecto uma parceira pode identificar, compilar e tratar essas informações de forma a transformá-las em subsídios para calcular e subscrever novos riscos. O acesso compartilhado a uma nova base de dados devidamente tratada pode resultar em maior agilidade no processo de aprovação, além de taxas menores para clientes de apólices que

já estão em oferta no mercado, atingindo o consumidor na ponta de forma efetiva e tornando a seguradora muito mais competitiva.

Sem ajuda especializada, a tarefa de estar constantemente na vanguarda da inovação pode se tornar desafio complexo e lento para as seguradoras, em um ambiente tecnológico que evolui cada vez mais rápido. Independentemente do tamanho ou dos processos empregados nas empresas, este movimento exigirá agilidade e uma multiplicidade de domínios e expertises que parcerias estratégicas poderão suprir de forma muito lucrativa nesta jornada da transformação digital que estamos vivenciando nesta “Terceira Onda da Internet”.



(*) Rossana Costa é diretora da GEO

Som.us expande sua atuação com nova filial em Pouso Alegre



A Som.us, assessoria em seguros e resseguros anuncia a abertura de sua 10ª filial no Brasil, na cidade de Pouso Alegre, região do Sul de Minas. O novo escritório faz parte do projeto de expansão da empresa de construir várias operações de assessorias no Brasil, por meio de aquisições de controle, associações e montagem de operações, criando assim uma rede de distribuição nacional, com grande capilaridade.

Com uma localização estratégica, a 200 km de São Paulo, 373 km do Rio de Janeiro e 395 km de Belo Horizonte, Pouso Alegre tem atraído o investimento de grandes indústrias e empresas de logística, tornando-se uma das melhores cidades do Brasil para fazer negócios e a maior economia do sul de Minas. A nova filial abre suas portas atendendo uma grade inicial de aproximadamente 100 corretores, distribuídos em 27 municípios e oferecendo todo o suporte técnico e operacional para seus parceiros. “Nossa intenção é de estar presente onde nossos clientes precisem de nós. O modelo da Som.us visa ajudar os corretores a terem acesso às melhores soluções de seguros disponíveis no mercado, além de auxiliar as seguradoras a distribuírem os seus produtos. Para isso, contamos com uma estrutura de serviços, ferramentas de gestão, tecnologia e uma equipe formada por mais de 100 colaboradores capacitados atuando para prestar todo o apoio necessário aos nossos corretores”, ressalta Fabio Basilone CEO Wholesale Som.us Brasil.

Seguro rural vai ter o dobro de investimento no próximo Plano Safra

Ministra da Agricultura diz que governo vai disponibilizar R\$ 2 bilhões, o dobro do que foi liberado para 2020

A ministra Tereza Cristina disse esse é o caminho para a modernidade e para a inclusão de outras instituições de crédito para o crédito rural. “A nossa agropecuária cresceu muito, e pode crescer muito mais”, falou a ministra.

Para 2020, será destinado R\$ 1 bilhão para subvencionar a contratação de apólices do seguro rural em todo o país. Com esse valor, cerca de 150,5 mil produtores rurais poderão ter a safra segurada. Devem ser contratadas 212,1 mil apólices, com a cobertura de 15,6 milhões de hectares e valor segurado de R\$ 42 bilhões.

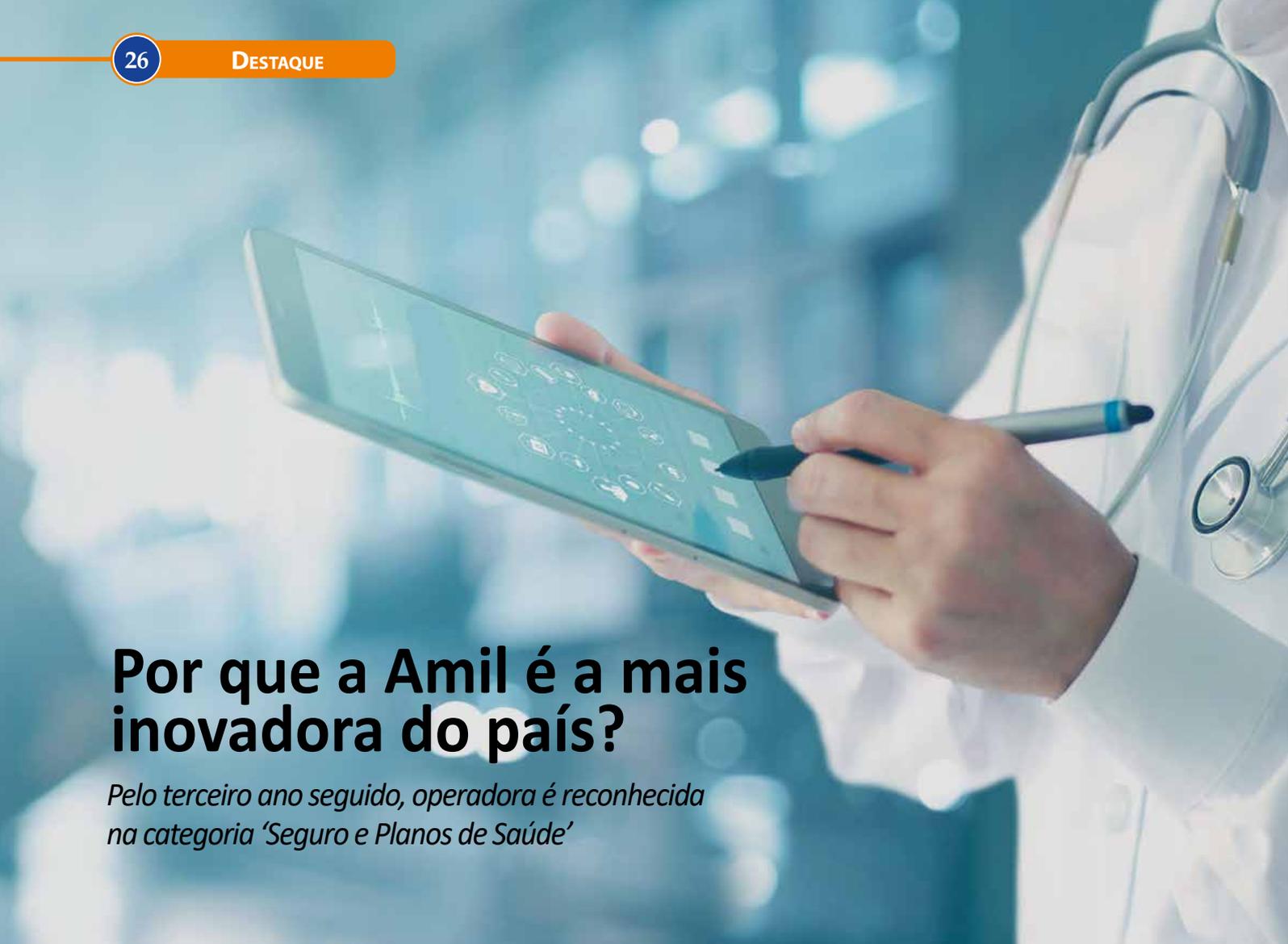
Para a ministra, o grande ganho do Plano Safra 2019/2020 foi a unificação do financiamento. “Não temos mais pequenos, médios e grandes agricultores, temos uma política agrícola. É claro que os pequenos, aqueles que precisam ser ajudados vão continuar sendo, e outros estão sendo ‘desmamados’ aos poucos”, disse a ministra.

O Banco do Brasil destinará R\$ 103 bilhões em crédito para a safra 2019/2020, valor 20% superior ao

realizado na safra anterior. Para o Mato Grosso do Sul, serão R\$ 9,5 bilhões (R\$ 4,4 bilhões para custeio, comercialização e industrialização e R\$ 5,1 bilhões para investimentos).

Sobre o Programa Moderfrota, a ministra explicou que, como o “cobertor é curto”, teve ordem expressa do presidente de atender primeiro os pequenos e os médios. “Eles receberam um valor um pouco maior do que no ano passado. Fizemos outras ferramentas de crédito para que eles possam vender equipamentos, mas que outros bancos e não só o governo brasileiro coloque dinheiro nesses programas”, explicou a ministra.

A ministra também lembrou o acordo Mercosul-União Europeia, fechado recentemente. “O Brasil foi decisivo e a agricultura brasileira foi quem bateu o martelo para fechar esse acordo. Vamos ter muitos benefícios, mas vamos ter que fazer a lição de casa. Tenho certeza que o Brasil será competitivo, vamos poder atingir mais de 600 milhões de pessoas com esse acordo”



Por que a Amil é a mais inovadora do país?

Pelo terceiro ano seguido, operadora é reconhecida na categoria 'Seguro e Planos de Saúde'

Sergio Vitor

O prêmio *Inovação Brasil*, que analisa as práticas de inovação das companhias, reconheceu a Amil como operadora de saúde mais inovadora do país. O alto investimento em tecnologia realizado pela empresa chama atenção. Não é à toa que se destacou pela terceira vez seguida no topo do ranking setorial.

A Amil sempre esteve envolvida nas quebras de paradigmas no setor de saúde. Desde a fundação da empresa, há 40 anos, a operadora desenvolveu atividades diferentes no mercado. No mesmo ano da inauguração, por exemplo, foi ela que rompeu o limite de consultas e exames. Já

na década de 1990, a operadora passou a investir e oferecer gestão de saúde.

A estratégia de estar junto às novas ferramentas só é possível por meio de investimentos e de equipes preparadas para usar a tecnologia para o benefício de todos. Edvaldo Vieira, diretor de Operações da Amil, explica a forma com que a operadora explora os aparatos tecnológicos com o intuito de levar a melhor experiência ao consumidor. “A tecnologia é nossa grande aliada para oferecer o melhor atendimento ao consumidor. O aplicativo Amil Clientes é um sucesso. Ele permite acesso a uma série de recursos, como agendamento de consultas e exames, visuali-

zação de prontuário eletrônico, busca na rede credenciada por distância geográfica e download de carteirinha virtual”. Segundo ele, as funções no aplicativo atualizam constantemente a fim de trazer comodidade ao usuário. “Em 2017, ele (aplicativo) ganhou o Token Amil. Trata-se de um código cujo objetivo é confirmar o atendimento do paciente”, completa.

No centro das atividades da companhia, os clientes são os maiores beneficiados. É pensando em melhorar a experiência deles que a Amil dispõe de diversas vantagens. “No dia 8 de julho, lançamos um serviço de atendimento médico por videoconferência disponível 24 horas,

sete dias por semana”, destaca Vieira. A novidade da operadora virou tendência de mercado há pouco tempo. Só em fevereiro deste ano, a função de Telemedicina foi regularizada pelo Conselho Federal de Medicina (CFM). Um dos objetivos é levar atendimento médico à distância para pessoas com dificuldades de locomoção.

É impossível disseminar essas boas práticas para o conhecimento de todos sem se comunicar bem com o público final. Por isso, a Amil faz questão de estabelecer um canal de comunicação eficiente na internet. “Estamos sempre atentos às demandas do consumidor. Hoje, utilizamos canais de comunicação virtuais, que respondem mensalmente cerca de 40 mil contatos”, revela Vieira. O executivo usa um case de sucesso que elucida a identidade da empresa com ações inovadoras. “Lançamos uma série de vídeos que convidavam o cliente a repensar o uso consciente do plano de saúde. O conteúdo gerou muitos questionamentos nas redes sociais”, lembra. “Para fazer frente essas dúvidas”, continua, “a cada comentário no Facebook, um colaborador era convidado para gravar uma resposta personalizada, diretamente para o cliente. A ação foi um



Edvaldo Vieira, diretor de Operações da Amil

sucesso”, completou.

Corretor, e agora?

Muito se discute sobre a função do corretor quando o mercado estiver totalmente imerso no mundo digital. Ao mesmo passo que a Amil se adequa às tendências, a operadora entende que a figura desses profissionais é fundamental na expansão dos planos de saúde no Brasil. “Ele mantém contato com o cliente e pode trazer informações relevantes. Desse modo, garante maior assertividade com relação às expectativas dos beneficiários”, observa Vieira.

Na visão do executivo, tecnologia e corretor de seguros andam juntos. Um depende do

outro. Esse cooperativismo, de acordo com Vieira, é a peça de engrenagem para a Amil criar e desenvolver novos benefícios, todos baseados na necessidade do consumidor. “Esse profissional cumpre um papel fundamental na qualificação da venda, contribuindo para a sustentabilidade dos negócios”, aponta. Segundo ele, o fato de o corretor atuar diretamente com os clientes “permite que tenha acesso a informações privilegiadas. Sendo que, por meio desse conhecimento, a empresa apresenta novas soluções”, salienta.

*“A tecnologia é nossa grande aliada para oferecer o melhor atendimento”,
Edvaldo Vieira*



**Portal Nacional
de Seguros**

www.segs.com.br

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

Tokio Marine celebra 60 anos e comemora resultados

A operação da seguradora brasileira passou as filiais asiáticas, inglesas e atualmente é a segunda do Grupo em resultados



Marcelo Goldman, diretor-executivo de produtos massificados; Masaaki Itakura, diretor-executivo de estratégia corporativa; Valmir Rodrigues, diretor-executivo comercial; José Adalberto Ferrara, presidente da Tokio Marine Brasil; Felipe Smith, diretor-executivo de produtos pessoa jurídica e Adilson Lavrador, diretor-executivo de operações, tecnologia e sinistros

Sueli dos Santos

Durante encontro com jornalistas em São Paulo para marcar os 60 anos da companhia, o diretor Executivo Comercial da Tokio Marine, Valmir Rodrigues, diz que a companhia é “portas abertas”. Segundo ele, essa é a prescrição da seguradora: “uma receita simples e baseada no comprometimento”. Rodrigues revelou que a companhia investe fortemente na capacitação dos corretores.

“Em 2018 treinamos mais de 25 mil pessoas das corretoras e assessorias”, disse.

Rodrigues também contou que a companhia conta com cerca de 30 mil corretores e pouco mais de 100 assessorias, e tem perspectivas para crescimento. “Esse relacionamento se dá pelos treinamentos que sempre ocorrem, por webinar ou pessoalmente, e as assessorias são um importante canal de atendimento que temos. Com esse momento que estamos

de plena expansão, acreditamos que através dos corretores e assessorias teremos um crescimento orgânico e, em breve, teremos por volta de 35 mil corretores”.

Adilson Lavrador, diretor Executivo de Operações Tecnologia e Sinistros, destacou os investimentos da corporação em tecnologia e inovação. “A empresa quer possibilitar a corretores e assessorias que concentrem os esforços na captação de novos negócios, na venda de seguros, para poder prestar uma consultoria diferenciada para os clientes, com menos trabalho operacional. A Tokio investe R\$ 100 milhões por ano na área de tecnologia e estamos empenhados em utilizar esses recursos para prever soluções para o segurado”, contou.

O presidente da Tokio Marine, José Adalberto Ferrara, aposta em melhora da economia pós aprovação do projeto previdenciário. “Várias melhorias serão percebidas e o que podemos esperar é a redução da taxa de desemprego. As próximas reformas que serão discutidas, reforma fiscal e a reforma administrativa, por exemplo, são importantes para dar sustentação nesse ciclo virtuoso de crescimento”, ressaltou. Imagem: ferrara.jpg- legenda: José Adalberto Ferrara, presidente da Tokio Marine

De acordo com o presidente da Tokio, José Adalberto Ferrara, a seguradora obteve um lucro de R\$ 243 milhões no primeiro semestre, o que representa um aumento de 24% em relação ao mesmo período do ano passado. A companhia fechou o primeiro semestre com um crescimento de 10,7% e um índice combinado de 90,4%, com exceção de previdência, saúde e capitalização. “Além disso, nos últimos 12 meses já somamos R\$ 5,4 bilhões de prêmios vendidos. Esses números posi-

cionam a companhia brasileira em um contexto mundial, sendo o segundo país, excluindo Japão e EUA, em termos de tamanho e contribuição aos resultados da Tokio Mundial”.

A Tokio Marine comemorou seus 60 anos com executivos e a imprensa, em um encontro que aconteceu nesta quinta-feira, 11, em São Paulo. Na ocasião, o presidente, José Adalberto Ferrara, destacou os números que comprovam o crescimento da seguradora e seu destaque no mercado de seguros, principalmente ao revelar o lucro de R\$ 243 milhões no primeiro semestre, o que representa um aumento de 24% em relação ao mesmo período do ano passado.

Segundo Ferrara, o desenvolvimento da companhia se deve também pelo conceito de Good Company que a companhia possui, de entregar com qualidade os serviços para a sociedade. “A se-

guradora devolve 60% do prêmio arrecado em forma de indenizações e pensando e agindo dentro deste conceito, consequentemente o lucro vem”.

Ferrara também frisa que a Tokio Marine fechou o primeiro semestre com um índice combinado de 90,4%, além de crescer 10,7% em prêmios emitidos. “E com isso já somos uma companhia que soma R\$ 5,4 bilhões em prêmios emitidos, nos últimos 12 meses”.

Segundo ele, alguns fatores fizeram com que a companhia apresentasse esse crescimento. “O apoio dos corretores e assessorias é o essencial, além da redução da sinistralidade apresentada no site Sinesp em diversos setores, o que influencia o setor securitário como um todo e traz melhores resultados para todos os participantes desta cadeia e reflete também na sociedade”, finaliza.



Dirigentes do Sincor-SP têm reunião na Susep



No início de julho, o presidente do Sincor-SP, Alexandre Camillo, junto com o 1º vice-presidente, Boris Ber, participaram de reunião com a superintendente da Susep, Solange Paiva Vieira para tratar de temas que preocupam os corretores de seguros e o setor. A conversa girou em torno da atuação irregular de associações e cooperativas que comercializam proteção veicular como seguro, as novas regras de distribuição do seguro fiança locatícia, que exigem informações de percentual e valor de comissão da corretagem, a

baixa adesão do seguro auto popular, entre outras situações. Para Camillo, o diálogo entre a categoria e a autarquia é fundamental para o desenvolvimento saudável do mercado de seguros. “Esse encontro foi bastante proveitoso para mostrar as principais aflições da categoria, que espera um acompanhamento rigoroso da Susep”, afirma o presidente do Sincor-SP. Também participaram da reunião o diretor da Susep, Rafael Pereira Scherre, e o diretor de Organização do Sistema de Seguros Privados, Bruno Dias.

Presidente da CNseg fala dos desafios do setor segurador

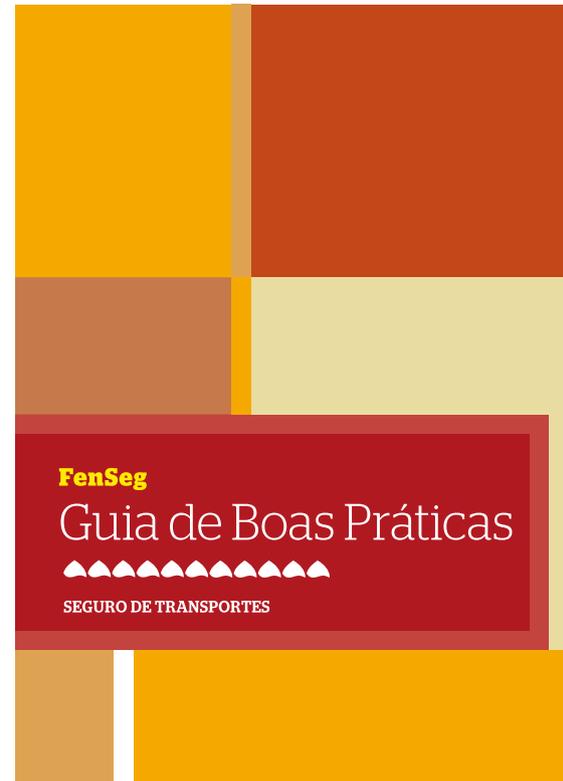
O Sindicato das Seguradoras no RS convidou o presidente da CNSeg, Marcio Coriolano para participar do “Almoço do Mercado Segurador”. O dirigente apresentou a palestra Desafios do setor segurador. “A incorporação de segurados continuará ser um processo gradual, já que quase 70% dos trabalhadores têm renda inferior a R\$ 2 mil, ou seja, com poucas sobras no orçamento para ter um programa adequado de proteção securitária”, assinalou Coriolano. Ele disse que uma das saídas para uma taxa de penetração do seguro mais em linha com o tamanho da economia brasileira é que aconteçam mudanças nas práticas regulatórias para torná-las menos onerosas; desregulamentação e desburocratização para gerar novas frentes de crescimento de nichos de mercado; novos canais de distribuição; avanço do seguro inclusivo; apólices específicas para atender às necessidades de pequenas e médias empresas.

Sincor-RJ apoia qualificação dos corretores

A diretoria de Ensino do Sincor-RJ vem investindo na oferta de cursos e palestras para os corretores. Durante o primeiro semestre de 2019, foram realizadas vinte palestras e seis cursos voltados para a categoria. No mês de julho, as palestras foram focadas na saúde e as novas regras da portabilidade, na nova modalidade de comissionamento do seguro fiança locatícia, foi mencionada a importância do seguro viagem como modalidade de expansão dos negócios e, também, foi realizado o 1º Debate de Corretores de Seguros da Região Norte Fluminense, em Campos dos Goytacazes.

FenSeg lança Guia para o Seguro de Transportes

O seguro de transportes é fator essencial de proteção para mercadorias e cargas que circulam pelo país. Para reforçar a importância do segmento, a Federação Nacional de Seguros Gerais (FenSeg) lançou o Guia de Boas Práticas do Seguro de Transportes. O objetivo da publicação, elaborada pela Comissão de Transportes da FenSeg, é estabelecer recomendações que aprimorem o relacionamento das seguradoras com os consumidores, corretores, fornecedores e demais agentes da cadeia produtiva do setor. Dessa forma, contribui para o equilíbrio das relações comerciais. Entre os diversos tópicos abordados, o Guia apresenta as modalidades do Seguro de Transportes, os tipos de apólices, os fatores que influenciam na análise de riscos, informações sobre sinistros e certificação digital. “O Guia estimula a uniformização do seguro, através de recomendações pautadas na legislação em vigor e nas boas práticas de mercado”, explica Paulo Robson Alves, presidente da Comissão de Transportes da FenSeg.



Quiver EB

A solução completa para operacionalização de benefícios.

Tenha mais produtividade e proximidade com o cliente através de uma plataforma de última geração, perfeita para corretoras que trabalham com benefícios empresariais.

DIFERENCIAIS

- **Portais de acesso:** para corretor, RH e beneficiário.
- **Gestão de diversos benefícios:** saúde, odontológico, vida, VR, VA, VT, entre outros;
- Conexão com o beneficiário;
- Tratamento de demandas on-line;
- Ampliação de eficiência;
- Aumento de vendas e receita de cross-selling e up-selling com worksites.

Quiver

Acerte e conheça mais



SP: Av. Angélica, 927 - 6º andar | São Paulo
PR: Rua Mato Grosso, 26 | Ponta Grossa

Atendimento Nacional: 4062.0660 (ramal: 2324)
São Paulo: +55 11 3664.2040

comercial@quiver.net.br
quiver.net.br

CIST faz workshop em Fortaleza



Atento à importância da região nordeste no cenário nacional e de transporte de carga, o Clube Internacional de Seguros de Transportes (CIST) promove pela primeira vez um workshop

em Fortaleza (CE). O encontro faz parte da grade de workshops mensais que a entidade promove com o compromisso de desenvolver a cultura de gestão de riscos, seguros e logística nacional e internacional no Brasil, e capacitar profissionais desses segmentos. O workshop é uma realização do CIST e da Servis e teve apoio da Agel, FIEC, Guep, Grupo Fox e AECIPP.

CVG-SP homenageia ex-presidentes

Durante almoço pela celebração dos 38 anos do CVG-SP, o presidente da entidade, Silas Kasahaya, homenageou ex-presidentes que participaram do desenvolvimento do setor de seguros. “O CVG-SP tem uma bonita história, construída por muitos profissionais que dedicaram seu tempo e conhecimento ao desenvolvimento do mercado de seguro de pessoas”. Ele ainda lembrou da importância e atuação do CVG-SP. “Ao longo desses anos foram projetos incontáveis. Neste último ano, por exemplo, contabilizamos mais de 40 eventos e mais de 5 mil pessoas reunidas em torno do desenvolvimento do seguro de pessoas”.



Nova diretoria no CVG-RJ

A nova diretoria do CVG-RJ, sob o comando de Octávio Colbert Perissé, tomou posse. Na vice-presidência, Enio Miraglia, que também presidiu a entidade por dois mandatos. “A ideia é reassumir o protagonismo que o CVG-RJ sempre teve junto aos segmentos de Pessoas e Benefícios. Para isso, contamos com o apoio das nossas 28 beneméritas e cerca de 1.200 associados, que serão consultados sobre a agenda a ser desenvolvida, de acordo com suas necessidades de treinamento”, afirmou o novo presidente.

Universidade Aconsege entrega certificados

O presidente da Associação das Empresas de Assessoria e Consultoria de Seguros do Estado do Rio de Janeiro (Aconsege-RJ) e reitor da universidade, Luiz Philipe Baeta Neves, entregou o certificado para a turma do curso de Saúde Suplementar. Esta foi a segunda formatura realizada este ano. Desde a sua criação, a Universidade Aconsege já recebeu em suas aulas 400 alunos, abordando também outros temas, como tecnologia, gestão e comercial. “Todos nesta turma são novos no ramo de Saúde, o que revela o grande potencial de capacitação de mão de obra e oportunidades de negócios para os alunos da nossa Universidade”, contou Baeta Neves.

O decano Wagner Attina também reforça que a

Universidade Aconsege está sendo, para muitos profissionais, o primeiro contato com os conceitos de determinados segmentos. “Estamos percebendo isso ao conversar com os alunos. Acredito que o fato de oferecermos capacitação de alto nível por valores muito acessíveis é determinante”, diz.



Despesas assistenciais dos planos passam de R\$ 160 bilhões

Despesas com terapias e atendimentos laboratoriais foram os maiores gastos

Análise do Instituto de Estudos de Saúde Suplementar (IESS) a partir do Mapa Assistencial da Saúde Suplementar no Brasil, publicação da Agência Nacional de Saúde Suplementar (ANS), mostra que passou de R\$ 160 bilhões o montante de despesas assistenciais das operadoras de planos de saúde (OPS) médico-hospitalares em 2018. O valor representa aumento de 10,5% em relação às despesas para atender aos beneficiários registradas no ano anterior. Foram realizados 1,4 bilhão de procedimentos para atender aos beneficiários de planos médico-hospitalares em 2018, 5,4% a mais do que em 2017. O total de terapias foi o que mais avançou, saltando de 77,2 milhões em 2017 para 93,4 milhões em 2018. Alta de 21%. Além disso, foram realizados 274,4 milhões de consultas, 164,2 milhões de outros atendimentos ambulatoriais (por exemplo, consultas e sessões com nutricionista, fisioterapeuta, fonoaudiólogo, terapeuta ocupacional, psicólogo e outros procedimentos ambulatoriais), 861,5 milhões de exames e 8,1 milhões de internações. Apesar de o volume de terapias ter sido o que mais cresceu na comparação anual, quando olhamos para os valores com as despesas assistenciais, o maior incremento aconteceu em outros atendimentos ambulatoriais. Em 2018, foram R\$ 13,3 bilhões ante R\$ 10,6 bilhões do ano anterior, alta de 24,9%. Já as despesas com terapias avançaram 23,1%, passando de R\$ 10,4 bilhões para R\$ 12,8 bilhões.

As internações são o tipo de procedimento responsável pela maior parcela das despesas assistenciais com beneficiários de planos médico-hospitalares. Foram R\$ 68,2 bilhões investidos em 8,1 milhões de internações em 2018. No período de 2017 e 2018, houve crescimento na quantidade de internação, mesmo com a queda do número de beneficiários, e a tendência observada nestes dois anos é de que o movimento deve continuar a crescer, dado o rápido envelhecimento da sociedade brasileira, especialmente se não avançarmos em agendas de Promoção de Saúde, Prevenção de doenças, Coordenação do Cuidado e Atenção Primária à Saúde (APS). Também vale notar que as despesas assistenciais das OPS com os beneficiários de planos médico-hospitalares complementam o total executado pelo Governo Federal com o Sistema Único de Saúde (SUS) ao longo de 2018. De acordo com o Portal da Transparência, mantido pela Controladoria Geral da União (CGU), o Governo Federal contava, em 2018, com um orçamento total de R\$ 121,9 bilhões para a saúde como um todo e executou R\$ 108,2 bilhões. Nesse mesmo ano, a saúde suplementar somou mais R\$ 160,1 bilhões com as despesas assistenciais para atender cerca de 47,20 milhões de beneficiários de planos médico-hospitalares (isso sem contar despe-



sas administrativas e tributos). Mais de 263 mil novos vínculos empresariais foram firmados com planos de saúde médico-hospitalares entre maio deste ano e o mesmo mês de 2018. Alta de 0,84% segundo a última edição da NAB, que acabamos de publicar. No geral, 100,3 mil novos beneficiários passaram a contar com um plano médico-hospitalar nos 12 meses encerrados em maio de 2019. O resultado é inferior ao aumento dos planos empresariais porque houve uma redução de 1,18% no total de vínculos individuais/familiares, aqueles contratados diretamente pelo beneficiário. No período analisado, foram rompidos 107,8 mil vínculos deste tipo. Além disso, os planos coletivos por adesão, aqueles contratados e mantidos pelos trabalhadores por meio de vínculo com sindicatos, também tiveram um ligeiro recuo, de 0,21%. O que equivale a 13,1 mil beneficiários deixando de contar com o plano em maio deste ano ante maio passado.

Sompo Seguros



A Sompo Seguros contratou Elias Santos como novo gerente técnico para a área de Seguros Compreensivos (Condomínio, Empresarial, Residencial e Habitacional). O executivo tem 26 anos de experiência no mercado e é formado em administração de empresas, com pós-graduação em gestão de seguros.

Alper



A Alper anunciou a criação da Alper International Partners, e também a contratação do Max Shih que atuará como Business Manager para o HUB Ásia.

Nascido em Taiwan e morando no Brasil há 30 anos, Max chega com a missão de fomentar novos negócios em empresas asiáticas com operações no Brasil.

Mongeral Aegon



A Mongeral Aegon tem nova superintendente de comunicação. Mirella Lavrini será responsável pela gestão da marca do grupo Mongeral Aegon e pelas equipes de Comunicação e TV Corporativa. A superintendente reporta diretamente ao diretor de Marketing e Afinidades, Nuno Pedro David. Ela tem mais de quinze anos de experiência em áreas de comunicação e marketing em grandes empresas.

Allianz Global



Glaucia Smithson assume o posto de CEO América do Sul da Allianz Global Corporate & Specialty SE (AGCS). Ela vai liderar a estratégia da AGCS Brasil, cujo foco é o crescimento sustentável no Brasil e em outros mercados sul-americanos como Chile, Argentina e Colômbia. Este anúncio está sujeito a aprovações regulatórias.

AT&M Tecnologia



A AT&M Tecnologia, que trabalha com processo de averbação para seguro transporte, escolheu Lucas Henrique Soares de Aguiar como o novo CEO da empresa. O executivo tem 30 anos, perito em criação e implementação de projetos, possui amplo conhecimento técnico, administrativo e histórico da atuação da empresa e do mercado de averbação do seguro de transporte de cargas no país.



UM NEGÓCIO SÉRIO PARA SEU INVESTIMENTO!

Empresa de Criptomoedas que preza pela honestidade, transparência e segurança. Usa ferramentas para criar e multiplicar Criptomoedas.

Com 3 anos de mercado a CREDMINER conta hoje com infraestrutura para minerar criptomoedas, fundos de cripto, credshop, cartão pré-pago, arbitragens e máquina pós.

Invista a partir de US\$ 90 e tenha lucratividade de 70 a 110% ao ano, (média dos últimos 2 anos).

Novas tecnologias, novos modelos de investimento. Solicite um agente de negócios e faça seus investimentos com segurança. Em São Paulo: Cel.: 11 – 96891-5237



RESOLVENDO O QUE É PRECISO.

Proporcionar tranquilidade e segurança às pessoas e empresas, contribuindo para o desenvolvimento da sociedade, é o propósito que nos move todos os dias.

Por isso, nestes 60 anos de Brasil, tão importante quanto a história de sucesso construída são os sonhos, projetos e conquistas de nossos Colaboradores, Corretores, Assessorias e Clientes que ajudamos a tirar do papel.

**60 anos de Tóquio no Brasil.
60 anos Resolvendo o que é preciso.**

Uma Seguradora
completa pra
você ir mais longe.



**TOKIOMARINE
SEGURADORA**

NOSSA TRANSPARÊNCIA, SUA CONFIANÇA

SUA TRANQUILIDADE NOS MOMENTOS DE CRISE

A Ambipar Response gerencia crises e atende emergências que afetem a saúde, o meio ambiente e o patrimônio. Com bases de atendimento emergencial distribuídas estrategicamente no Brasil e em países do Mercosul e da Europa, suas equipes estão preparadas para oferecer soluções em três pilares: prevenção, preparação e resposta.

PREVENÇÃO

Etapa preliminar, com gerenciamento de risco, planos, LETPP, PAE, suporte e consultoria técnica, estudos, célula de engenharia e projetos. Elabora planos, entende o processo e a necessidade, conseguindo estabelecer medidas protetivas e de resposta.

PREPARAÇÃO

Com o conhecimento dos riscos envolvidos nas emergências e processos das empresas, nossas unidades de treinamento preparam as equipes de atendimento emergencial e também os agentes que atuam direta ou indiretamente nos cenários de acidentes. A Ambipar Response treina entre 30 mil pessoas por ano no Brasil, América do Sul e Europa.

RESPOSTA

Atendimento emergencial especializado, contando com equipamentos de última geração e utilizando técnicas baseadas nos mais importantes protocolos de segurança do mundo, o que contribui com a excelência em seus atendimentos.

CENTRAL DE EMERGÊNCIA  0800 17 20 20



Av. Pacaembu, 1.088, Pacaembu, 01234-000, São Paulo/SP
+55 11 3526-3526 • vendas@ambipar.com • www.ambipar.com
SAC - 0800 70 71 767

