

REVISTA

SEGURO

ANO XIX
Nº 202 - 2019
R\$ 20,00

TOTAL



LGPD

NOVA ERA NA PROTEÇÃO DE DADOS

VEJA TAMBÉM:

Pier no Caderno empresarial
Roubo mostra valor do gerenciamento de risco

O Essencial é como você, atende bem a todos os clientes.

O Novo Essencial é o Seguro de Vida que oferece proteção completa e flexibilidade de escolha para seus clientes. São diversas opções de cobertura e mais três benefícios: **seguro viagem, assistência domiciliar e sorteio mensal no valor de R\$ 100 mil***. Seu cliente **terá total liberdade para definir o valor das indenizações**. Essa mesma flexibilidade, o Essencial oferece também para você. **São 10 opções de comissionamento para você escolher a que for mais adequada para cada venda.**

CONFIRA AS VANTAGENS DO ESSENCIAL

- ✓ Cobertura para 11 doenças graves
- ✓ Três assistências inclusas
- ✓ Contratação 100% digital
- ✓ Cobrança online por cartão de crédito

Para mais informações sobre o produto, acesse:
www.icatuseguros.com.br/essencial

Centro de Relacionamento: **0800 285 3002**

Icatu
SEGUROS

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



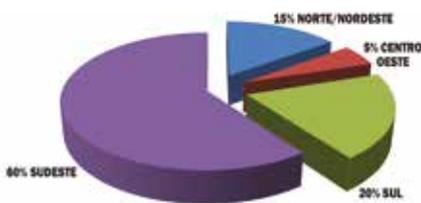
facebook.com/revistasegurototal



rsegurototal



twitter.com/seguro_total



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

Mercado de seguros de pessoas cresce

O mercado de seguros de pessoas (seguros de vida, de acidentes pessoais, viagem, educacional, entre outras modalidades de proteção) registrou prêmios de R\$ 17,47 bilhões nos cinco primeiros meses de 2019. O valor, que se refere às contratações de coberturas para riscos pessoais, é 15,36% superior aos R\$ 15,15 bilhões movimentados de janeiro a maio de 2018, segundo dados da FenaPrevi (Federação Nacional de Previdência Privada e Vida), que representa 68 seguradoras e entidades abertas de previdência complementar no país.

Os dados mostram que o mercado de seguros brasileiro não é mais apenas seguro auto. Outros produtos vêm chamando atenção do consumidor. Isso faz com que o mercado procure se aperfeiçoar para atender o mercado.

Essa edição mostra uma inovação recente: Carlos Mauad, CEO do Carrefour Soluções Financeiras, explica como funciona o Marketplace que vai oferecer seguros de maneira digital. “Pensamos em oferecer ao mercado um modelo de negócio financeiro totalmente digital que prioriza o empoderamento do consumidor”, diz ele.

Outro destaque dessa edição é a importância do gerenciamento de riscos. O roubo que aconteceu no aeroporto de Guarulhos mostra – mais uma vez – a necessidade do gerenciamento de risco nas empresas.

A matéria de capa fala sobre a LGPD que entra em vigor em 2020. O dado pessoal será visto de outra forma, ou seja, como algo valioso que demandará atenção e tratamentos diferentes do que existe hoje por parte das empresas. O que será que muda?

A Mongeral Aegon preparou um evento no Rio de Janeiro mostrando que, apesar da mudança na faixa etária, pessoas acima de 50 anos ainda enfrentam preconceito no mercado de trabalho. Os dados mostram a desaceleração do crescimento populacional nos últimos anos. O aumento do número de idosos aliado a queda de jovens trabalhando impactou a previdência social. A problemática fica ainda maior quando profissionais mais vividos sentem dificuldades em se recolocar no mercado de trabalho.

Enfim, essa edição da Revista Seguro Total está cheia de informação!

Boa leitura!

SU MÁRIO



Marketplace de seguro

Carlos Mauad, CEO do Carrefour Soluções Financeiras, explica como funciona a plataforma que oferece seguro na internet



LGPD

Brasil se prepara para colocar em prática lei de proteção de dados. O que vem pela frente?

11 Seguro fiança ou ter um fiador?
O que é melhor?

26 Mongeral cria evento sobre longevidade

28 Evento do CVG-SP
Limra Day fala sobre seguro de vida

30 Entidades

34 Executivos assumem novos postos



Caderno Empresarial

Pier: startup facilita contratação de seguro para smartphone



Suhai

Suhai é indicada ao Prêmio ÉPOCA Negócios ReclameAQUI



•Referência em corretagem de seguros, no Interior do Estado de São Paulo, a Gigliotti Seguros com 26 anos, opera com todos os ramos e todas as classes de seguros.

•A empresa conta com mais de 20 unidades entre filiais e mais de 73 colaboradores que prestam serviços, fazendo com que a Corretora ocupe posição de destaque no mercado de Seguros.

•Além de possuir atuação arrojada, a corretora conta com 10 pontos de AR – Certificação Digital.

•A corretora passa a operar no câmbio, tendo como corresponde a Lastro, corretora incorporada pelo grupo Gigliotti.

•Todos os anos a corretora atinge suas metas e para 2019 espera contar com novas aquisições para somar com as 20 já existentes.

GIGLIOTTI
SEGUROS
CORRETORA

GIGLIOTTI SEGUROS
Rua Major Pompeu, 152
17340-000 - Barra Bonita - SP
Tel.: 14 3642-1009

www.gigliotti.com.br

Samu pode receber receita de seguradoras



Projeto de lei que obriga as seguradoras a destinarem 2% da receita apurada com a comercialização dos seguros de vida ou de acidentes pessoais para o Serviço de Atendimento Móvel de Urgência (Samu) recebeu parecer favorável do relator, deputado Juscelino Filho (DEM-MA), na Comissão de Seguridade Social e Família da Câmara. Segundo o relator, o modelo proposto já é executado, de maneira bem-sucedida, em Portugal. “Lá, atualmente, um valor equivalente a 2,5% dos prêmios relativos a seguros dos ramos doença, acidentes, veículos terrestres e responsabilidade civil de veículos terrestres a motor é destinado ao Instituto Nacional de Emergência (INEM), entidade pública a que é atribuída a atividade de urgência ou emergência”, argumenta o deputado.

27 anos de Gigliotti

No dia 12 de agosto a Gigliotti completou 27 anos de muita dedicação ao mercado segurador. Luiz Alberto Gigliotti, fundador e CEO da empresa, orgulha-se em dizer que já chegou tão longe. “O mercado é muito competitivo e vivemos no Brasil, um país onde as leis mudam tanto”, comenta o executivo.

Um dos itens essenciais que Luiz Alberto acredita fazer parte da permanência da companhia no setor é o compromisso com os clientes. Segundo ele, atender bem o segurado é essencial para o triunfo dos negócios. “Entregamos justamente o que ele (cliente) comprou”, aponta. “Agradeço muito aos nossos clientes e colaboradores, que tanto se empenham para garantir o patrimônio do nosso segurado”, disse o fundador.

Plano de saúde é 3º maior desejo do brasileiro, aponta Ibope



Contar com um plano de saúde é o 3º maior desejo de consumo do brasileiro. Segundo pesquisa realizada pelo Ibope Inteligência a pedido do Instituto de Estudos de Saúde Suplementar (IESS), os quatro itens mais desejados pelos brasileiros (tanto os que já contam com plano quanto os que não) são educação (1º), casa própria (2º), plano de saúde (3º) e seguro de vida (4º). José Cechin, superintendente executivo do IESS, destaca que o plano de saúde permanece como o terceiro maior desejo do brasileiro desde 2015, apesar de o País ter passado por momentos econômicos distintos em cada uma das pesquisas. “Independentemente do momento econômico, se as famílias estão com mais ou menos renda, mais ou menos endividadas ou mesmo do nível de emprego no País, o desejo por planos de saúde se manteve elevado nas 3 edições da pesquisa, 2015, 2017 e 2019”, comenta. “E os números da pesquisa indicam que esse desejo está mais diretamente relacionado com a percepção de qualidade dos planos de saúde do que uma eventual percepção negativa da capacidade de atendimento do sistema público”, avalia. O executivo ainda pondera que entre aqueles que não desejam o plano, o principal motivo é o preço, apontado por 59% deste público. “As pessoas valorizam o plano, desejam contar com ele, mas a dificuldade está em fazer com que seu custo caiba nas possibilidades econômico-financeiras da família”, aponta.

B2B Seguro Viagem amplia leque de opções



O B2B Seguro Viagem, omnichannel voltado exclusivamente para agentes de viagens e corretoras de seguros, ampliou o número de parceiros. Agora, também estão disponíveis produtos da Ciclic e Next Assist. “Nossa proposta visa facilitar o dia a dia de quem trabalha no trade e precisa comparar, cotar e emitir seguro viagem para os seus clientes. Ao invés de ficar buscando diversos parceiros para a cotação, você vai encontrar todos em uma única busca, ainda com a vantagem de poder selecionar filtros para comparar preço, coberturas, entre outros serviços importantes para ajudar o seu cliente”, afirma o CEO Agnaldo Abrahão. A B2B Seguro Viagem permite realizar buscas por produtos específicos para cada perfil de viajante, fazer cotações em um só lugar (inclusive para grupos) e emitir o produto escolhido. Tudo isso pode ser enviado por e-mail ou por WhatsApp, facilitando muito a operação. “Desde o lançamento da empresa, em abril, vínhamos operando em soft open. Agora já fizemos todos os ajustes necessários para que o corretor ou agente de viagens faça a cotação do seguro para os seus clientes e obtenha a melhor relação custo-benefício possível”, explica.

Rede D’Or compra 10% da Qualicorp

A Rede D’Or São Luiz S.A., um dos principais grupos de saúde do Brasil, adquiriu participação minoritária de aproximadamente 10% das ações da Qualicorp, que é a maior administradora de benefícios do país. Em comunicado à CVM, a Qualicorp informou que essas ações serão adquiridas do acionista e atual CEO, José Seripieri Junior. A operação será submetida à aprovação do Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE). De acordo com Seripieri Junior “a entrada da Rede D’Or no capital da Qualicorp será de grande contribuição para a companhia, devido a sua importância para o setor de saúde”. Para o vice-presidente do Grupo D’Or, Paulo Moll, “a Qualicorp possui um profundo entendimento das demandas relacionadas à saúde. A contribuição da Rede D’Or para a Qualicorp será no sentido de expandir e consolidar sua atuação e excelência”.

Europ Assistance lança assistente virtual

EVA (Europ Virtual Agent) é a agente virtual com atendimento 100% digitalizado da Europ Assistance. A solução é direcionada aos do mercado de assistência e de seguros. - tem capacidade para aprender com cada



atendimento e desenvolver uma performance cada vez mais humanizada e assertiva com o cliente clientes da carteira Auto. Com inteligência artificial cognitiva, o atendimento possui uma linguagem natural e não de robô, é um tipo de tecnologia complexa e muito mais completa em relação a outras assistentes disponíveis hoje no mercado, conforme explica. “A EVA é programada para executar tarefas de alta complexidade, como atender clientes em situação de emergência para atendimento de Assistência para serviço de mecânico ou reboque, além de ser capaz de aprender com a jornada do cliente e aprimorar seus processos. Somos os pioneiros no atendimento receptivo de agente virtual, não há nenhuma companhia fazendo isso nesse mercado hoje”, afirma Ricardo Alexandre dos Santos, diretor executivo de operações, da EABR. EVA atua na abertura de serviços para atendimento de emergências de automóveis – como pane e guincho – mas a expectativa da companhia é que, ainda em 2020, o serviço chegue também à assistência residencial. A companhia estima para o próximo ano que cerca de 50% a 60% de todos os atendimentos deverão ser feitos em canais digitais.

Ministro da AGU promete apoio à luta contra associações

O ministro da AGU (Advocacia-Geral da União), André Mendonça disse ao deputado federal Lucas Vergilio (SD-GO) apoiar a luta contra as associações de proteção veicular. Segundo o deputado, o ministro se comprometeu a despachar essa matéria para “todos os órgãos possíveis” e a apoiar as ações que visam a coibir a atuação irregular de associações de proteção veicular que operam totalmente à margem da lei no mercado de seguros. “O ministro também vai provocar a Senacon (Secretaria Nacional de Defesa do Consumidor) para se manifestar sobre essa questão e a monitorar todas as ações que tramitam em relação a isso”, disse o deputado após reunião com Mendonça.



HDI Seguros investe em infraestrutura em nova sede

A HDI inaugurou sua nova sede no Brasil. A Teleinfo planejou e executou os projetos de infraestrutura para sistemas de cabeamento estruturado, sistemas elétrico e iluminação, sistema de aterramento, detecção de incêndio e também para controle de acesso e CFTV. O sistema de segurança da nova sede da HDI Seguros conta com controle de acesso e sistema de CFTV elaborado pela Teleinfo desde a concepção do projeto até a instalação de câmeras de monitoramento e periféricos de controle de acesso, incluindo os recursos e aplicações para armazenamento em banco de dados, visualização e cadastramento de usuários. “O projeto foi um trabalho a quatro mãos, que demandou muito planejamento e preparação de ambas as partes. O diferencial, além da expertise da Teleinfo, foi o time qualificado da empresa, que com competência e pontualidade, entregou tudo com muita qualidade e dentro do prazo, superando as nossas expectativas”, afirma Vagner Guzella, vice-presidente administrativo-financeiro da HDI Seguros. Marcelo Cartocci, diretor comercial da Teleinfo Soluções, diz que o maior desafio foi projetar e executar todas as instalações elétricas, telemáticas, de automação e segurança eletrônica em apenas três meses.

AXA no Brasil oferece até R\$ 50 milhões para pequenas obras em plataforma digital

O produto de Riscos de Engenharia voltado a obras prediais de pequeno e médio portes da AXA no Brasil vem chamando atenção do mercado. Entre os principais atrativos estão o limite de cobertura, que chega até R\$ 50 milhões dependendo da atividade, e a emissão imediata do boleto para pagamento e do certificado através da plataforma digital da seguradora, o e-solutions. “Entendemos que havia espaço para aumentar os limites de cobertura - e chegamos a oferecer o dobro da capacidade que o mercado disponibiliza em plataformas digitais, o que é um grande diferencial para os corretores, que precisam de autonomia e agilidade. Nosso modelo vai ao encontro dessas necessidades”, afirma Gerson Raymundo, que está à frente do produto na AXA. A seguradora promoveu seminários e webinars sobre o produto e o modelo de contratação digital para acelerar a produção dos corretores. Na plataforma, os parceiros também contam com suporte on-line da área comercial para tirar dúvidas, solucionar questões operacionais e administrativas, além de outros canais como a Central de Atendimento, e-mail e Whatsapp.

Seguro rural para as regiões Norte e Nordeste

Para estimular a contratação do seguro rural de grãos nas Regiões Norte e Nordeste, será liberado no Programa de Subvenção ao Prêmio do Seguro Rural (PSR) um valor exclusivo de R\$ 20 milhões, divididos no cronograma do PSR nos meses de setembro e outubro. Nos últimos anos, o seguro rural tem se consolidado em algumas regiões do país, porém no Norte e Nordeste o desenvolvimento do mercado de seguro rural não tem acompanhado o crescimento de outras regiões. Para o diretor do Departamento de Gestão de Riscos, Pedro Loyola, essa medida inédita visa incentivar o aumento da oferta de seguros nessas regiões, com a inserção de novas seguradoras, criação de novos canais de distribuição nas instituições financeiras, cooperativas, vendas de insumos e aumentando o número de corretores de seguros especializados nesse mercado.

Seguro para quitar dívidas

A American Life disponibiliza para o mercado o 'Credit Life', seguro de contratação coletiva destinado à cobertura de prestamistas. O produto tem como principal objetivo garantir proteção ao segurado, proporcionar segurança às empresas - sejam bancos ou varejistas - e tranquilidade às famílias. Isso, porque com o 'Credit Life' é possível realizar a quitação total ou parcial de dívidas originadas de financiamento em caso de morte ou invalidez total permanente do segurado.

De acordo com Francisco de Assis Fernandes, diretor comercial da American Life, o 'Credit Life' é interessante por conta das possíveis customizações do produto a fim de atender as necessidades de empresas de diferentes ramos. O seguro 'Credit Life' é uma solução imediata para recuperação dos recursos aplicados sem a necessidade de longos embates judiciais junto ao espólio. Já no caso do varejo de bens duráveis, os financiamentos contam



até com cobertura para quitação de algumas parcelas se o segurado perder o emprego no decorrer do prazo. Ou seja, este ramo de seguro tornou-se relevante nas carteiras de seguros de pessoas em todo o mercado. "Diante do cenário econômico do país, esse seguro se apresenta como uma ótima opção. Basta que a empresa apresente suas necessidades para que possamos customizar o seguro e viabilizar a proteção", analisa o executivo.

Mais uma vez Ikê Assistência no GPTW

Pelo segundo ano consecutivo, a Ikê Assistência recebe certificação da GPTW (Great Place To Work). A empresa ocupa a 18ª posição entre as médias empresas (com força de trabalho entre 30 a 999 colaboradores). Ao todo, 100 empresas participaram do ranking da 5ª Edição das Melhores Empresas para Trabalhar Barueri e Região 2019. Alguns dos critérios analisados para a conquista deste reconhecimento foram: práticas culturais da companhia, ações de recursos humanos e desenvolvimento pessoal e avaliação de comentários abertos de colaboradores. "Reconhecimentos como este comprovam que estamos no caminho certo de crescimento contínuo na região e no país", comenta Marusia Gomez, CEO da Ikê Assistência no Brasil.



O consumidor empoderado

Sérgio Vitor

Contratar seguro como se estivesse no supermercado. É mais ou menos essa a proposta do Marketplace criado pelo Carrefour Soluções Financeiras. Com um processo 100% digital, o consumidor pode escolher produtos de seguro que mais se enquadram dentro de suas necessidades. Carlos Mauad, CEO do Carrefour Soluções Financeiras, falou com exclusividade para a **Revista Seguro Total** sobre essa inovação. Acompanhe.



Seguro Total - Como surgiu a ideia de criar o marketplace de seguros?

Carlos Mauad - O projeto segue as premissas do pilar estratégico de Transformação Digital do Grupo Carrefour. Na era da inovação, e com a velocidade em que as tecnologias são lançadas no mercado, surge também um novo consumidor. Muito mais conectado, autônomo e exigente, o cliente de hoje anseia por novos formatos de produtos. Dessa forma, pensamos em oferecer ao mercado um modelo de negócio financeiro totalmente digital que prioriza o empoderamento do consumidor ao permitir que ele selecione o produto desejado, a seguradora que melhor atende a sua necessidade e a customização das coberturas.

ST - No seu ponto de vista, ações como essa contribuem para o desenvolvimento do mercado de seguros no país?

CM - Marketplace de Seguros e Serviços é, com certeza, um avanço para o desenvolvimento financeiro do país. O desenvolvimento de uma plataforma 100% on-line permite um atendimento muito mais ágil, assertivo e personalizado, a partir do momento em que o cliente pode escolher a combinação que lhe atender melhor. Além de conscientizar as pessoas da importância de ter uma proteção financeira. Medidas como essa também colocam o cliente no centro das organizações.

ST - No seu ponto de vista, como as seguradoras enxergam esse tipo de negócio por meio

de plataformas digitais?

CM - Tivemos boa aceitação por parte de todas as seguradoras com quem conversamos. Estamos democratizando o acesso aos seguros por meio de uma plataforma 100% on-line, o que gera novas oportunidades e aceleração do modelo.

ST - Atualmente, quais são os seguros comercializados? Há perspectiva de desenvolvimento de outros produtos?

CM - Nesse primeiro momento, estamos atuando com seguro residencial, acidentes pessoais e, em breve, seguro para equipamentos portáteis. Futuramente novas seguradoras, produtos e assistências ingressarão na plataforma, que nos primeiros meses irá operar em sua versão “mínimo produto viável” (MVP, na sigla em inglês). Por ser uma plataforma viva, o portfólio de seguros e serviços e o número de seguradoras crescerá de forma gradual. Estamos prevendo também seguros viagem, odontológico, pet e assistências.

ST - O marketplace de seguros do Carrefour é um meio para democratizar o mercado de seguros e fazer com que a proteção seja acessível para todos os públicos?

CM - Sim, o Marketplace de Seguros e Serviços do Carrefour visa oferecer mais opções de serviços aos clientes, com customização das coberturas e comparação entre propostas de diferentes seguradoras. A plataforma é destinada para clientes e não clientes dos cartões Carrefour e Atacado e, ao usar os referidos cartões, o cliente garante condições especiais.

Ter um fiador ou contratar o seguro fiança? Entenda a diferença

Segundo especialista, proprietários de residência dão preferência a inquilinos que possuem o seguro

Sergio Vitor

Ao fechar um contrato de aluguel, ambas as partes precisam estar atentas às cláusulas do documento. Entre elas estão a disponibilidade de um fiador ou a garantia do seguro fiança. A última opção vem despertando grande interesse entre inquilinos e proprietários, já que ela garante o pagamento das dívidas do locatário até o fim do contrato, independentemente da sua situação financeira.

A necessidade de um seguro como esse surgiu devido a constante ausência do fiador, personagem imprescindível em negociações dessa natureza. Encontrar um responsável financeiro para esse fim é geralmente uma tarefa desgastante, que pode dificultar, inclusive, a resolução do compromisso. Logo, o seguro fiança surge como melhor opção no acordo.

O superintendente de Riscos Financeiros e Capitalização da Porto Seguro, Luiz Henrique, explicou, com exclusividade, para a Revista Seguro Total, os benefícios desse produto. “O seguro fiança substitui a figura do fiador e transfere a responsabilidade do pagamento do aluguel para seguradora, em caso de inadimplência”. Além de garantir as despesas do aluguel, coberturas adicionais podem ser feitas como o pagamento de contas de água, luz, IPTU ou condomínio. “No seguro fiança, o processo é mais ágil e desburocratizado, não havendo necessidade de comprovação de renda. O segurado conta, ainda, com coberturas que

ampliam as garantias para inquilino, proprietário e imobiliária”, destacou. Em junho deste ano, a Superintendência de Seguros Privados (Susep) estabeleceu novas regras para essa carteira operar no país. Entre as novidades, estão a ampliação da cobertura e a exigência de transparência nos contratos. Segundo a Circular 587, a cobertura básica inclui a possibilidade de ressarcimento em caso de falta de pagamento do aluguel. Em contrapartida, o seguro pode prever outras coberturas a fim de garantir as demais obrigações do locatário previstas no contrato de locação.

“No caso de eventual inadimplência, a indenização é feita rapidamente e sem a necessidade de esperar a decisão judicial de despejo”, aponta.

“Ainda para o inquilino separamos uma dica: antes de alugar o imóvel, é necessário fazer alguns cálculos. O ideal é que gaste 30% do orçamento líquido com aluguel”, ressalta Henrique.

A Porto Seguro notou o aumento da demanda desse seguro no último ano. A emissão de novas apólices cresceu 15% em comparação com 2017. Já entre janeiro e fevereiro de 2019, o aumento registrado foi de 48% em relação ao mesmo período do ano passado. “O seguro fiança é uma alternativa que facilita o processo em todos os casos de locação, seja o imóvel comercial ou residencial. Ele desponta como uma garantia sólida ao substituir o fiador e dar mais segurança a inquilinos e



Luiz Henrique, superintendente de Riscos Financeiros Porto Seguro

proprietários, principalmente em momentos de instabilidade financeira”, ponderou o executivo.

Benefícios do proprietário

Henrique listou algumas vantagens do proprietário

- Pagamento de aluguéis em caso de inadimplência
- Garantias para encargos mensais
- Multa moratória
- Danos ao imóvel e pintura interna e externa

As vantagens do inquilino

Além de dispensar a necessidade de um fiador ou caução, os clientes da Porto Seguro têm outros benefícios:

- Descontos em transportadoras e serviços emergenciais gratuitos
- Chaveiro e assistência para equipamentos eletrônicos
- Acesso exclusivo ao Clube Porto, que possui descontos em livrarias, academias, teatros, restaurantes etc.



LGPD VAI MARCAR UMA NOVA ERA NA PROTEÇÃO DE DADOS

Falta pouco mais de um ano para a lei entrar em vigor e a LGPD vai exigir diversas mudanças nas empresas do Brasil, sendo a principal delas a de mentalidade. O dado pessoal será visto de outra forma, ou seja, como algo valioso que demandará atenção e tratamentos diferentes do que existe hoje por parte das empresas



KPMG, lembram que a transparência, princípio basilar da LGPD, será motivo para que as seguradoras passem a ter relações com titulares que não sejam clientes diretos. Ela cita como exemplo, motoristas nomeados em apólices e beneficiários de planos de saúde que deverão ter resguardados os mesmos direitos dos titulares dos seguros, uma vez que são igualmente titulares de dados pessoais, sendo-lhes conferido acesso e outros direitos baseados em transparência.

Para Leandro Augusto, a adequação à LGPD mudará o jeito de fazer negócio. Uma das mudanças é a que sobre o conceito de portabilidade de dados, introduzido pelo artigo 18 da lei, que permite os titulares solicitarem a migração das informações dadas cadastradas de uma empresa para outra. “Esse direito ainda deverá ser devidamente regulado pela Agência Nacional de Proteção de Dados (ANPD), mas tudo levar a crer que o Brasil seguirá o padrão europeu que exige que a portabilidade de dados seja disponibilizada em formato inteligível por máquinas”, explica. Isso, segundo Érika, significa que as seguradoras deverão desenvolver os seguintes processos: disponibilizar os dados para portabilidade de maneira inteligível e preparar-se para recebê-los provavelmente em canais ou templates distintos, que vierem dos concorrentes.

Para o advogado Matheus Andrade, do escritório Daniel Advogados, com a retirada da revisão humana de decisões automatizadas, a implantação da legislação promete menos traumas para as empresas do setor de seguros, que terão de ter cuidado em relação a utilização de dados pessoais no geral, de modo que os seus bancos de dados pesso-

ais apenas possuam dados que tenham sido coletados das maneiras que a LGPD define como legítimas. “Sendo assim, será necessário um esforço das seguradoras de reavaliarem seus bancos de dados e realizarem as mudanças necessárias em seu legado para a conformidade em relação à lei”, explica.

Mudança de mentalidade

É preciso mudar a mentalidade e, para isso, é fundamental ter conhecimento do que trata a lei para, então, rever e adequar processos, fluxos, sistemas e modelos de gestão. Como utilizar e proteger adequadamente um dado pessoal sem saber do que se trata e onde ele está localiza-



Matheus Andrade: “Existe esforço maior das grandes empresas para se adequar à LGPD”

Sueli dos Santos

Você já deve ter presenciado a seguinte cena: ao alugar um carro, a companhia locadora tira cópia frente e verso do cartão de crédito. O argumento é que se houver necessidade de cobrar eventuais multas de trânsito. Quantas pessoas por dia têm seu cartão de crédito passando por esse procedimento? Pilhas e pilhas de dados armazenados nas locadoras de veículos. Será que estes dados ficam protegidos? Essas empresas estão prontas para seguir a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) - lei nº 13.709/18 - que entra em vigor em 2020.

Além das adequações básicas, as seguradoras terão desafios mais específicos. Érika Ramos e Leandro Augusto, sócios da



Paulo Alessandro: "Privacidade é cidadania!"

do dentro da empresa? A cultura de privacidade e proteção de dados no Brasil é incipiente e a falta de cuidado ocorre em situações simples do dia a dia como o exemplo do início desse texto na locação de um carro.

Para Paulo Alessandro, Head De Pré-Vendas Da Tempest, talvez seja possível afirmar que a lei represente uma oportunidade para rever os parâmetros que compõem o conceito de privacidade e quais serão os pilares sobre os quais serão erguidas as próximas gerações. "A LGPD vem como uma resposta adequada ao complexo universo de tutela dos dados pessoais que hoje são capturados, manipulados e processados de forma desregulada e com propósitos que muitas vezes nem sabemos ao certo

quais seriam", diz ele. Alessandro ainda faz um exercício de futurologia: "Estamos entrando em um novo momento que talvez possamos batizá-lo de "Era do Small Data" onde o custo elevado da proteção associada à manipulação de dados pessoais e sensíveis, fará com que, em muitos casos, o tomador da informação acabe optando por simplificar a coleta ou até mesmo eliminá-la a fim de isentar-se de responsabilização prevista nos critérios expostos pela lei", projeta.

Atinge a todos

O advogado Matheus Andrade lembra que no momento da aprovação da LGPD, em 2018, o presidente Michel Temer vetou alguns artigos da lei devido a inconstitucionalidade de algumas disposições. O advogado explica que para suprir as partes da lei que foram vetadas, foi editada a MP 869/2018, que dentre outras mudanças instituiu a Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD) como um órgão ligado à Presidência da República, de modo a economizar recursos públicos. "A alteração da natureza jurídica da ANPD não afeta diretamente as empresas nesse momento, mas o formato adotado diminuiu a independência técnica que o órgão terá em relação ao governo", destaca.

Segundo ele, a ANPD terá um modelo semelhante em certos aspectos ao das agências reguladoras. "Optou-se pela implantação de uma estrutura mais enxuta, devido a atual crise econômica", diz ele. O advogado acrescenta que existe um esforço maior das grandes empresas de tomarem medidas iniciais para se prepararem para a entrada em vigor da LGPD. Ele lembra, no entanto, que a nova legislação irá afetar empresas de todos os portes,

incluindo as pequenas e médias empresas e as startups que, segundo Andrade, possuem mais dificuldade de se adequarem a nova legislação, pelo fato de terem menos recursos para investir em profissionais capacitados para realizarem as mudanças demandadas pela lei. "Por essa razão, é possível concluir que no geral a maior parte das empresas brasileiras ainda não está preparada para a LGPD", diz ele.

Andrade acrescenta que a ANPD terá maior ligação com o Poder Executivo Federal, que atualmente tem sinalizado ao mercado que deseja reduzir o número de regras e obrigações que incidem sobre as atividades empresariais. "Por essa razão, ao que tudo indica, a ANPD será constituída seguindo o ideário liberal do atual governo sendo provável que, ao menos durante os primeiros anos após a entrada em vigor da LGPD, que outras instituições como o Ministério Público e os organismos de defesa do consumidor assumam maior protagonismo na fiscalização da efetividade da Lei", detalha.

Direito à privacidade

Obviamente que essas situações acima relatadas não se com-

"A cultura da privacidade e proteção de dados é incipiente no Brasil"

param a um eventual vazamento de banco de dados gigantescos de empresas do setor financeiro ou de comércio eletrônico. Mas ilustra o pouco cuidado com que os dados pessoais são tratados no dia a dia de empresas, sem falar sobre o outro lado, as pessoas, que não hesitam em fornecer os seus dados.

Nesse sentido, o executivo da Tempest, acredita existir uma questão social bastante agravada onde as pessoas têm grandes dificuldades em entender a importância de seus dados pessoais e sensíveis ou até mesmo de saber quais seriam eles. “Isso é trágico e precisa ser abordado por um processo sério de capacitação da sociedade em geral, talvez criando fóruns oficiais, através de escolas e universidades, ou mesmo através de grupos sociais, sindicatos, associações de profissionais, grupos de pais etc. Enfim, pessoas que possam se organizar e tomar a frente no fomento ao diálogo sobre este tema. Privacidade é cidadania!”, enfatiza.

Andrade diz que a LGPD irá conceder aos cidadãos mais direitos sobre seus próprios dados pessoais. Segundo ele, é uma mudança de concepção, que irá necessitar de um período de adaptação de mentalidade para todos. Ele acredita que com o tempo, as pessoas passem a exigir seus direitos junto às empresas, o que pode levar a mais judicialização e conflitos, dependendo da maneira pela qual as empresas irão se adaptar aos novos requisitos impostos pela LGPD. “Por outro lado, a lei também cria oportunidades para as empresas, que passam a ter critérios mais seguros sobre os modos de utilização dos dados pessoais. Assim, as empresas que se adaptarem e conseguirem implantar os requisitos da legislação poderão ter

uma vantagem competitiva em relação aos seus concorrentes, inclusive em termos de imagem pública perante a sociedade”, afirma.

Andrade alerta que os corretores de seguros oferecem os produtos das seguradoras e podem ter acesso a dados pessoais, inclusive para realização de cadastros. “Para a conformidade com a legislação, as seguradoras vão precisar estabelecer procedimentos padronizados para a atuação desses profissionais, de modo que eles colem os dados pessoais das formas autorizadas pela legislação e não comprometam juridicamente as seguradoras, que a partir do momento em que recebem os dados pessoais dos corretores passam a ser as responsáveis pela legalidade do armazenamento dessas informações”, alerta.

Erika diz que o conceito de portabilidade de dados, introduzido pelo artigo 18 da LGPD, que permite os titulares solicitarem a migração das informações dadas cadastradas de uma empresa para outra, deve seguir o modelo europeu que exige que a portabilidade de dados seja disponibilizada em formato inteligível por máquinas. “Isso significa que as seguradoras deverão desenvolver os seguintes processos: disponibilizar os dados para portabilidade de maneira inteligível e preparar-se para recebê-los provavelmente em canais ou templates distintos, que vierem dos concorrentes”, esclarece.

Segundo Erika, um ponto em comum entre todas as seguradoras, além dos produtos oferecidos, obviamente, é a relação que todas mantêm com inúmeros terceiros, como fornecedores e corretores. “Serão necessários um redesenho e uma reestruturação contratual com terceiros para determinar as funções

“As seguradoras precisarão reavaliar seus bancos de dados e fazer as mudanças necessárias para a conformidade em relação à lei”, Matheus Andrade, advogado

de cada um enquanto agentes de tratamento, uma vez que, de acordo com o artigo 39 da LGPD, o operador deverá realizar o tratamento segundo as funções fornecidas pelo controlador, e tais funções devem ser delimitadas e específicas, de modo que dados não sejam utilizados por agentes com finalidades distintas da original”, disse.

Andrade diz que, de acordo com a LGPD, dados anonimizados não são considerados dados pessoais. Para ele, as seguradoras que souberem utilizar a anonimização de suas bases de dados legadas terão uma enorme vantagem competitiva em relação às suas concorrentes. “Esta é uma janela de oportunidades aberta pela legislação que provavelmente será bastante utilizada pelas empresas do setor de seguros”, finaliza.

Executivo do ramo financeiro muda carreira e investe em corretora

Há 20 anos corretora aposta no ramo de garantia locatícia

Seguro fiança locatícia substitui o fiador e garante ao proprietário de imóvel o recebimento de aluguéis e encargos vencidos e não pagos pelos inquilinos. Foi nesse filão de mercado que a Vieira Corretora de Seguros, localizada no Rio de Janeiro, resolveu atuar. Depois de sair do Grupo Nacional (Banco e Seguradora) nos anos 90, onde exerceu diversos cargos executivos, Fernando Vieira decidiu criar uma corretora. Decidiu a focar em um filão do mercado, o corretor decidiu que seria especialista em Garantias Locatícias e em apólices ligadas ao mercado imobiliário. “Nosso diferencial é o pioneirismo em Garantia a Locações, com total expertise nos pro-



Fernando Vieira: “Nosso diferencial é o pioneirismo em garantias locatícias”

duto, trabalhando com produtos caso a caso, e com fidelização de nossos clientes com uma gama de atrativos, sendo descontos comerciais, parceria com diversas seguradoras e o principal o conhecimento técnico de minha equipe”, diz ele.

Ele diz que a corretora desenvolve planos de negócios personalizados para os clientes -tanto pessoa física quanto jurídica que envolvem a análise do score dos pretendentes, emissão de contratos de locação, vistoria inicial dos imóveis e assinatura digital.

Vieira revela que com mais de 20 de mercado, o nome da corretora já é reconhecido e um diferencial no mercado imobiliário. “Temos diariamente indicações de novos parceiros, além de participar de grupos no WhatsApp de síndicos, síndicos profissionais, corretores de imóveis, incorporadores e construtoras”, revela. Além disso, Fernando diz fazer uso das ferramentas oferecidas pelo marketing digital. “Investimos em mídias digitais criando conteúdo e captando leads”, revela.

No quesito clientes, ele diz fazer questão de oferecer um atendimento diferenciado, com preço justo e premiação por indicações, que resultam desde um desconto em suas renova-



ções a cartões presentes.

Por estar há tanto tempo no mercado - e também pela experiência profissional - Fernando Vieira conta que como executivo da área comercial, ele tem um programa de administração da gestão financeira e a sócia, Flávia Oliveira, faz o gerenciamento operacional.

Dessa forma, o mais importante é ouvir o cliente, e buscar as suas reais necessidades e oferecer algo mais que atraia o mesmo e fidelize, como um programa de descontos.



**O CQCS leva você para o ITC, o maior evento
de inovações em seguros do mundo
com benefícios exclusivos!**

Curadoria

Pré - Conferência

Wrap Up Diário

Tradução Simultânea

Visitas guiadas à Feira

Oportunidade de
Networking

MGM Grand- Las Vegas
23 - 25 de Setembro 2019
www.cqcsexperience.com.br

CADERNO

empresarial

Simplificando o elo entre cliente e seguradora

Seguindo as tendências do mercado, startup facilita a contratação de seguro de smartphone

Sérgio Vitor

Igor Mascarenhas, Lucas Prado e Rafael Oliveira. Há três anos, esses empreendedores tinham em comum o mesmo propósito: estreitar a relação dos brasileiros com o seguro. Eles sabiam, no entanto, do amplo desafio que teriam pela frente. Seus anseios se esbarravam na burocratização do mercado e na desconfiança das seguradoras em estabelecer parcerias. Os obstáculos deixaram o projeto Pier em stand-by no início.

Mesmo identificando as necessidades do consumidor, o plano precisava de amadurecimento. “Passamos o ano de 2017 entendendo a legislação e construindo um produto”, lembra Lucas Prado, co-fundador da Pier. A compreensão da lei foi importante para que a empresa pudesse permear de forma legal no setor de seguros, mas permanecendo, ao mesmo tempo, com



Igor Mascarenhas, Lucas Prado e Rafael Oliveira

seu caráter inovador.

Após a fase de estudos, em janeiro de 2018, enfim, a companhia entrou no mercado. “Demos início por meio de um projeto piloto e fechado”, explica Prado. Pessoas foram convidadas a testar a plataforma. Por meio das opiniões, os detalhes foram ajustados e, no fim da-

quele ano, em parceria com a Too Seguros, a plataforma estava no ar.

Ter o apoio de uma seguradora que estivesse alinhada com as perspectivas dos empresários foi, entre outras coisas, uma tarefa complicada. A Too Seguros, engajada com o olhar da Pier, logo passou a ser

responsável pela emissão dos certificados de seguros junto à Susep.

Tendo uma seguradora como base para os negócios, a penetração da startup no mercado ficou mais fácil. Na visão de Prado, o método de contratação atrai os consumidores, que estão acostumados com a burocracia do setor. “O fato de sermos uma empresa de tecnologia nos ajuda em todo o processo e permite que as contratações e os cancelamentos sejam feitos on-line”, salienta. Ele continua dizendo que “o processo é realizado de forma rápida e sem burocracia, facilitando, de fato, o acesso a todos”.

Aproximando o seguro das pessoas

Na concepção da Pier, estreitar a relação do consumidor com o seguro é possível a partir de um olhar menos burocrático, sem grandes contratos, de fácil contratação e simples cancelamento. “O processo é rápido e transparente. A burocracia ainda atrapalha muito quando se fala em contratação de seguros. Além disso, no caso de smartphones, o mercado normalmente não cobre furto simples, algo que a Pier faz”, pondera Prado. Segundo o executivo, a solução foi criada pensando em descomplicar a contratação do seguro e garantir a proteção seguindo as necessidades do cliente. Além disso, o seguro pode ser cancelado facilmente, dando o sentimento de liberdade aos usuários. Um grande diferencial é o modelo de contratação, realizado online e no qual o consumidor contrata o plano pelo período em que quiser a partir de um mês. Se o cliente quiser contratar apenas em época de férias, por exem-

plo, é possível fazer. Além disso, o deixamos escolher a porcentagem de cobertura, que varia de 100% a 80% do valor de um aparelho seminovo”, explica.

Pier em potencial

A startup deseja expandir essa forma de comercializar seguros em outras carteiras do mercado. Antes de lançar a proteção para smartphones, a Pier criou a P2P, que era voltada a carros. Os fundadores, no entanto, estudaram a possibilidade de abortar o projeto para se dedicarem a outro segmento.

Embora atualmente trabalhe apenas com smartphone, a startup almeja usar os mesmos métodos de negócios em outros segmentos, tornando-se um ‘Market Place’ da indústria de seguros. “Nosso objetivo é estar presente em todas as áreas da vida de alguém que requeira um seguro. O celular foi apenas o começo”, revela Prado.

Mesmo pensando em outros segmentos, a Pier quer aprimorar a proteção dos celulares, ampliando à aceitação para vários modelos (atualmente, a startup dispõe do serviço apenas para sistemas iOS e em poucos aparelhos Android). A empresa decidiu começar aos poucos. Por isso, o ano de 2018 serviu de criação do pro-

jeto piloto apenas em iPhones. “A partir daí, nos sentimos preparados em receber os usuários de Android, cuja base é cerca de 20 vezes maior no país (...). Esperamos que em breve possamos atender à maior parte dos aparelhos”, observa.

Ao contrário das apólices tradicionais, a franquia não é cobrada. O pagamento é realizado mensalmente de acordo com o plano contratado. “A pessoa paga exatamente o valor que contratou. Havendo roubo ou furto do celular, ela também recebe o valor contratado sem descontos nem necessidade de pagar franquia”, expõe o executivo. Os aparelhos adquiridos no exterior também estão cobertos, assim como aqueles que não têm nota fiscal.



Lucas Prado, co-fundador da Pier

Gerenciar a carteira de clientes é investimento ou perda de tempo? Ajuda ou atrapalha?

Sueli dos Santos

No mercado de seguros, o corretor é o profissional mais próximo do cliente. É ele que consegue identificar a necessidade de proteção do consumidor, ou mesmo, indicar a ele o tipo de proteção que ele precisa em determinada fase da vida. Isso leva

tempo. É uma relação que precisa ser construída ao longo do tempo. E no corre-corre do dia a dia, a pressa em fechar orçamentos, como o corretor trabalha a conquista dos clientes? Nesse cenário, a fidelização da carteira de clientes é investimento ou perda de tempo? A **Revista Seguro Total** fez essa pergunta para alguns corretores. Confira as respostas.



“Na minha opinião, a fidelização da carteira de clientes é um fator fundamental para o sucesso de uma corretora. Minha experiência mostra que se os clientes estiverem satisfeitos, além de fazerem novos produtos conosco, eles são a principal propaganda que temos. Na minha corretora, 95% dos meus novos clientes chegam através de indicação de algum cliente atual. Sendo assim, concluo ser de suma importância essa fidelização.”

Jonas Lodi, JLB Corretora de Seguros



“Acredito na fidelização da carteira como total investimento de crescimento. Corretores de sucesso sabem fazer gestão dos seus clientes, fidelizar e encantar. Clientes satisfeitos, recomendam sua corretora, indicam seus serviços e são mais compreensíveis em caso de falhas. É importante manter contato, sem ser chato, para ser sempre lembrado. Se coloque no lugar dele e o faça se sentir importante e um cliente VIP. É importante construir relações, ter atendimento personalizado e exclusivo.”

Cíntia Arruda, Interseg



“Ao citarmos a relação corretor de seguros e segurado, sabemos que fidelizar a carteira é essencial para a manutenção dos negócios, pois não adianta fechar uma apólice de um seguro novo e simplesmente esquecer que aquele cliente existe. Quando a demanda de fechamento de contratos é alta, é preciso ter planejamento e organização para pôr em prática o *cross-selling* e oferecer novos produtos, de acordo com o perfil de quem adquire o seguro. Não adianta ter volume de contratos e não efetuar um pós-venda qualificado”.

Marcello Brandão, Brasma Consultoria e Corretora de Seguros

VEM AÍ XIX PRÊMIO MERCADO DE SEGUROS

TROFÉU GAIVOTA DE OURO

REVISTA
SEGURO
TOTAL

PRÊMIO MERCADO DE SEGUROS
Troféu Gaiivota de Ouro
Ano 19
Transmissão de Voto
Estatuto da Associação
Associação

12 DE SETEMBRO

 /REVISTASEGUROTOTAL

 RSEGUROTOTAL

 SEGURO_TOTAL



+ Informações

Suhai Seguradora oferece cobertura de perda total

Agora, ao contratar seguro de Furto e Roubo com assistência 24h, o consumidor pode adicionar a cobertura de perda total

A Suhai Seguradora, empresa do Grupo Suhai, líder no segmento de segurança pessoal há mais de 25 anos, inova mais uma vez ao oferecer a opção adicional de Perda Total, ao seguro contra Furto e Roubo, com assistência 24h, que é o carro chefe da companhia.

Robson Tricarico, diretor comercial da Suhai Seguradora, diz que o diferencial da Suhai para as outras seguradoras, é a especialização em seguro contra furto e roubo. Ele diz que é por isso que a companhia oferece aceitação para todas as motos, sem restrição de marca, ano e modelo, além de carros e caminhões, principalmente os mais antigos, com mais de 10 anos de uso, com preços acessíveis. “O valor chega a custar até 80% menos que um seguro completo das tradicionais seguradoras do mercado”, reforça o executivo.

Além disso, ele acrescenta que devido a esta especificidade, os clientes da Suhai recebem um atendimento qualificado. “E nossos corretores, a proteção de que não irão sofrer a canibalização do ticket médio, muito comum quando se oferta um seguro de cobertura reduzida de uma seguradora tradicional, que possui como carro chefe, o seguro completo”, explica Robson Tricarico, diretor comercial da Suhai Seguradora. Ele explica que a essência da empresa é oferecer um seguro de baixo custo ao consumidor que não pode contratar uma cobertura completa, continua, mas agora com o incremento de mais uma opção, no caso a Perda Total por colisão e outros danos.

Vale ressaltar que a contratação de perda total não poderá ser contratada isoladamente; somente atrelada ao furto e roubo, e a modalidade vale para automóveis, motocicletas e caminhões, independentemente do ano, marca, modelo ou perfil de utilização.

A iniciativa de criar um seguro exclusivo de furto e roubo surgiu após uma série de pesquisas recomendadas pela Suhai Seguradora aos proprietários de veículos sem seguro. “Na época, identificamos que a maioria das pessoas ainda sem seguro, desejavam contratar uma proteção para seus veículos, mas muitas vezes não conseguiam, pelo preço alto do seguro completo ou pela falta de aceitação. Diante disso, aceitaríamos contratar uma cobertura reduzida para ter esta acessibilidade, e entre todas as coberturas, a de maior interesse foi a de Furto e Roubo, pela sua imprevisibilidade, ao contrário das colisões, que podem ser evitadas com prudência da direção e respeito às leis de trânsito”, explica Tricarico.

A confirmação do bom trabalho feito pela Suhai Seguradora, uma das únicas seguradoras de auto com selo RA1000 (ReclameAQUI), é que a companhia, re-

ferenciando seu padrão de atendimento junto aos seus clientes, foi indicada este ano ao Prêmio ÉPOCA Negócios ReclameAQUI, o Oscar de Melhor Atendimento Brasileiro, reforçando o voto de confiança do nosso cliente!

Os corretores ainda não cadastrados são muito bem vindos acessando nosso site: www.suhaiseguradora.com, área do corretor.



Robson Tricarico,
diretor comercial da Suhai

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.

Corretores serão beneficiados com aquisição da Allianz, diz executivo da SulAmérica

Antes de efetuar a venda, companhia brasileira se preocupou em identificar se a seguradora era alinhada com suas perspectivas

Depois de meses de negociação, a SulAmérica vendeu sua carteira de auto e ramos elementares para a Allianz por R\$ 3 bilhões. Segundo André Lauzana, vice-presidente Comercial e de Marketing da seguradora brasileira, “as conversas se intensificaram no último trimestre”. A decisão foi divulgada no dia 23 de agosto.

Lauzana afirma que o mercado de seguros se beneficiará com o acordo. “A transação gera oportunidades para todo mundo: corretores, entidades e a sociedade brasileira”. De acordo com o executivo, a compra é de capital intelectual. Isto é, toda a política da empresa brasileira será aplicada à carteira de auto e ramos elementares da companhia alemã. “A seguradora (Allianz) procurou, e a SulAmérica, analisando a proposta, percebeu que ambas tinham sinergia”, reitera.

Para Eduardo Dal Ri, vice-presidente de Auto e Massificados da SulAmérica, ambas as companhias saíram satisfeitas com a negociação. “A SulAmérica se fortalece em seguro de pessoas, e a Allianz se especializa ainda mais em seguro de automóveis”. Com a aquisição, a empresa alemã torna-se a segunda maior seguradora de automóveis do Brasil.

“Um dos aspectos que certamente despertou o interesse da Allianz para essa transação foi à força e a qualidade da nossa operação, atualmente com mais de 1,6 milhão de veículos, do atendimento e experiência proporcionados para os nossos



clientes”, relata Dal Ri.

Embora o acordo seja definitivo, as operações serão passadas aos poucos. “De 6 a 12 meses”, projeta Lauzana. Para ele, toda transição deve ser feita de maneira suave e imperceptível. “Corretores e clientes continuarão da mesma forma até a data de fechamento”, informa. Neste momento de transição, a companhia brasileira criou uma nova seguradora, que preservará o modelo de negócios, agregando todo o conhecimento e capital intelectual da SulAmérica. O fechamento (closing) ocorrerá depois da aprovação dos órgãos reguladores. Após a conclusão, que está prevista acontecer de 6 a

12 meses, toda carteira será entregue em definitivo para a Allianz.

A venda comprova o interesse da SulAmérica em focar no seguro de pessoas, que representou 85% do faturamento da companhia no primeiro semestre deste ano. A seguradora reforçou o investiu nesse segmento nos últimos anos, criando produtos e fortalecendo o vínculo com o corretor que comercializa seguros dessa natureza. “O resultado da transação agregará um montante importante, que contribuirá para o desenvolvimento da companhia, inclusive em oportunidades de crescimento orgânico e inorgânico”, finaliza Lauzana.



Ministra discute fortalecimento do Seguro Rural com seguradoras

Em 2020, produtores rurais terão subvenção de R\$ 1 bilhão para contratarem apólices

Representantes das principais seguradoras do Brasil tiveram reunião com a ministra da Agricultura, Tereza Cristina, para discutir os desafios e perspectivas do seguro rural no país. No encontro, eles demonstraram otimismo com a subvenção de R\$ 1 bilhão para ajudar os produtores rurais a pagarem as apólices em 2020. O valor foi anunciado, em junho, no lançamento do Plano Safra 2019/2020.

Para o presidente da Comissão de Seguro Rural da Federação Nacional de Seguros Gerais (FenSeg), Joaquim Neto, os recursos vão ajudar a aprimorar as opções oferecidas aos produtores. “O momento é promissor. Estamos motivados a oferecer novas modalidades de seguros para que o agricultor possa proteger sua produção”, disse.

A ministra aproveitou a oportunidade para pedir que o setor auxilie a assistência técnica aos produtores rurais e, com isso, diminuir as perdas na produção. “Nós precisamos baixar o custo da produção brasileira. Este é um dos meus desa-

fios aqui”, afirmou Tereza Cristina.

Além da FenSeg, outras entidades como a Federação Nacional das Empresas de Resseguros (Fenaber), a Federação Nacional dos Corretores de Seguros Privados e de Resseguros (Fenacor) e a Brasilseg participaram da reunião.

Programa de Subvenção ao Prêmio do Seguro Rural

Em 2020, será destinado R\$ 1 bilhão para subvencionar a contratação de apólices do seguro rural em todo o país. Esse é o maior montante que o Programa de Subvenção ao Prêmio do Seguro Rural (PSR) já recebeu desde sua criação em 2004.

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.

Em 2019, o orçamento previsto é de R\$ 440 milhões. A estimativa é a contratação de 93,9 mil apólices, com cobertura de 6,9 milhões de hectares e R\$ 18,6 bilhões de valor segurado.

Segundo o Ministério, o cálculo das indenizações abrange contratações de apólices do PSR equivalentes a 45% de todas as operações de seguro rural contratadas em 2018 nas modalidades passíveis de subvenção.

Pagamento de indenizações

Informações do Ministério apontam que as indenizações no âmbito do Programa de Subvenção ao Prêmio do Seguro Rural (PSR), cujos prêmios são subsidiados pelo governo, somaram R\$ 925 milhões em 2018.

Segundo a Pasta, os principais eventos que prejudicaram as lavouras dos produtores foram a seca, que demandou o pagamento de cerca de R\$ 660 milhões, e a ocorrência de granizo, que exigiu indenizações de R\$ 201 milhões. Em 2018, lembrou o ministério, o governo federal desembolsou R\$ 370 milhões para subvencionar a contratação de 63 mil apólices com um valor total segurado de R\$ 12 bilhões. Para 2020, está previsto um orçamento recorde de R\$ 1 bilhão para o PSR.

Segundo o Ministério, o cálculo das indenizações abrange contratações de apólices do PSR equivalentes a 45% de todas as operações de seguro rural contratadas em 2018 nas modalidades passíveis de subvenção.

Público 60+ tem pouco espaço no mercado de trabalho

Evento de Longevidade promovido pela Mongeral Aegon destaca os pontos necessários para seguir profissionalmente no caminho dos negócios

Sergio Vitor, enviado especial ao Rio de Janeiro

Antigamente, chegar aos 60 anos era incomum. Significava que o idoso era um caso excepcional, ou seja, fora da realidade brasileira. Com o avanço da medicina e do tratamento público, a expectativa de vida aumentou e mais pessoas alcançaram idades avançadas. Vencido esse impasse, outras dificuldades surgiram, como o desgaste da previdência social, a qualidade de vida dos idosos e o esforço em se recolocar no mercado de trabalho.

A Mongeral Aegon promoveu no dia 16 de agosto, no Rio de Janeiro, o Encontro de Inovação e Tendências. O evento reuniu especialistas e empreendedores, que, apesar de qualificados, têm pouco espaço no ambiente corporativo. “A longevidade traz desafios e oportunidades. Como cuidar da saúde? Como vamos habitar?”, indagou o mediador da palestra, Henrique Noya, diretor executivo do Instituto de Longevidade da Mongeral Aegon.

Além das dúvidas em relação ao futuro, Noya apontou um cenário preocupante. “O viver mais está acompanhado de uma queda na taxa de fecundidade. Atualmente, 25% da população brasileira tem 50 anos. Em pouco tempo chegaremos a 50% das pessoas com essa idade”.

Uma projeção do IBGE feita no fim de 2018 apontou que em 2060 terão mais idosos do que jovens. Os dados mostram a desacelera-



ção do crescimento populacional nos últimos anos. Ou seja, a cada ano a população cresce menos. De 2016 a 2017 o aumento havia sido de 1,6 milhão de pessoas, o dobro do registrado na passagem de 2017 para 2018.

“Descobri que estava velha para o mercado”

O aumento do número de idosos aliado a queda de jovens trabalhando impactou a previdência social. Isto é, a taxa de beneficiários cresce ao mesmo tempo que menos pessoas contribuem. A problemática fica ainda maior quando profissionais mais vividos sentem dificuldades em se recolocar no mercado de trabalho.

É o caso, por exemplo, de Patrícia Braga, de 53 anos, uma das palestrantes. Após passar anos trabalhando em companhias multinacionais como gerente executi-

va, ela ficou desempregada pouco antes de completar 50. “Fiz muitas entrevistas e fui recusada em todas”, lembrou. Apesar de ser experiente, Patrícia notou que o mercado a recusava por causa da sua idade. “Fiquei muito mal e depressiva, pois me via sem função social”, lamentou.

Após passar o período conturbado, Patrícia teve a ideia de criar a “Penélope”, bicicleta decorada para vender seus artesanatos, pães de mel e alfajores. Antes de sair com seu veículo de duas rodas e começar a vender, a empreendedora teve que primeiro vencer a coragem. “Tinha vergonha. E se eu visse meu ex-chefe na rua?”, perguntou. Ela venceu a timidez e no dia 13 de abril de 2018, data do seu aniversário, Patrícia deu a primeira volta com a Penélope no bairro do Botafogo, Zona Sul do Rio de Janeiro. Agora, a Mavi Ateliê Culinário



Patrícia Braga, sócia e fundadora da Mavi Ateliê e da Criações da Pat

e as Criações da Pat recebem até encomendas pela internet.

Segundo Patrícia, os cursos presenciais e a distância do Sebrae foram essenciais no seu empreendimento. O instituto estimula o empreendedorismo para todas as idades, inclusive as mais avançadas, que estão à mercê de um mercado de trabalho ainda preconceituoso.

Em concordância com Patrícia, Clarissa Figueiras, analista do Sebrae, disse que “empreender é a melhor forma de empoderamento para todas as idades”. Embora criar uma empresa é a saída financeira para muitas famílias, Clarissa afirmou que é importante trabalhar a educação do empresário, fomentando o conhecimento do controle financeiro. “Muita gente empreende pela necessidade de fechar as contas no fim do mês.

Por isso é importante estimular a educação financeira do empreendedor”, recomendou.

Segundo a pesquisa do Sebrae, os idosos empreendedores, apesar de serem em menor número, são quem mais empregam no Brasil. “Temos a mania de achar que só os jovens são empreendedores no Brasil. Isso é um erro”, afirma Clarissa. Entretanto, ela reconheceu que “a escolarização de pessoas com mais de 50 anos é baixa. Além disso, muitos têm dificuldades com os meios tecnológicos”. Ao mesmo tempo, segundo a especialista, o instituto trabalha na inclusão digital dos idosos, capacitando, portanto, o profissional.

A inclusão digital é um grande desafio. Por isso, a Aging 2.0, entidade que tem a missão de identificar soluções de tecnologia da população 60+, está no Brasil. Ser-

gio Duque Estrada, representante de entidade no país, conta que a cultura das companhias, sobretudo as privadas, é de achar que somente a geração milênio produz e traz resultados. “O que dá valor a uma empresa é a mescla de pessoas de diferente faixa etárias”, observou Estrada.

O executivo analisou também a falta de governança nas startups, típico de novos empreendedores. “Os jovens têm aptidão tecnológica, que falta aos idosos pela pouca familiaridade. Já os maduros possuem a capacidade de gestão do negócio”.



Clarissa Figueira, analista do Sebrae



**Portal Nacional
de Seguros**

www.segs.com.br

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

CVG-SP Limra Day apresenta as tendências globais no seguro de vida

Participantes analisaram mudança de comportamento de consumo das novas gerações



O inédito evento CVG-SP Limra Day foi promovido pelo CVG-SP em parceria com a Limra e patrocínio do IRB Brasil Re. “O seguro de vida em um mundo em transformação” foi o tema da palestra apresentada por Thad Burr, Managing Director da LL Global, no primeiro painel do evento, que contou com a mediação do diretor de Relações com o Mercado do CVG-SP, Gustavo Toledo. O evento apresentou as principais inovações da indústria de seguro global para se adequar à mudança de comportamento

de consumo dos segurados.

Thad elencou cinco megatendências para o seguro de vida: internet e robótica; tecnologia combinada com mobilidade; pobreza e riqueza da população mundial; demografia e saúde; segurança, serviços financeiros e seguros. Em relação às mudanças provocadas pelas novas tecnologias, o especialista da Limra afirmou que o principal resultado será a redução de custos.

Ele citou o blockchain e a IoT (Internet das Coisas) como as tecnologias mais disruptivas para o

seguro no futuro. Sobre pobreza e riqueza, condições que impactam a indústria de seguros, o especialista deu uma boa notícia: a pobreza está diminuindo em todo o mundo.

Com mais de cem anos de existência, a Limra produziu estudo que demonstra a redução da pobreza mundial. Em 1820, 94% da população mundial viviam na extrema pobreza; em 1900, 84%; em 1950 o percentual se manteve em queda constante, passando de 72% para 26% em 2000, até chegar a 10% em 2015. “Para nossa indús-

tria é importante que o mundo se torne rico”, disse.

Em relação à distribuição de seguros, Thad mencionou que uma das tendências é a fusão entre este serviço e as instituições financeiras. Outra tendência é o uso das redes sociais para a oferta de seguros. Alexandre Camillo, presidente do Sincor-SP e debatedor no painel, prevê a convergência entre a distribuição de seguros e as novas tecnologias. “A mudança é inexorável e o corretor precisa se adequar”, sintetizou.

Importância do relacionamento

O painel que contou com a participação de Carlos Islas Murguía, representante da Limra/Loma no México e América Latina, analisou “Como as seguradoras e seus profissionais estão se preparando para atuar neste novo horizonte de Seguro de Vida”. Usando como ponto de partida o México, onde a venda consultiva prevalece, ele acredita que no Brasil ocorra o mesmo.

Murguía advertiu que o papel do corretor de seguros está mudando e que, por isso, o mais importante não é a quantidade de

apólices vendidas, mas a relação de confiança estabelecida com o cliente. Para ele, o corretor deve se transformar em um consultor financeiro, oferecendo outros produtos, além do seguro de vida, que supram as necessidades do cliente.

Em relação aos avanços da tecnologia, ele também aposta no crescimento do uso de inteligência artificial, blockchain e telemática. O especialista expôs alguns exemplos, como o do aplicativo que prevê a expectativa de vida da pessoa apenas com base na foto do rosto.

Uma pesquisa da Limra com executivos da indústria de seguros, realizada em 2018, mostrou que a preocupação com a segurança cibernética lidera nos Estados Unidos, com 92% das respostas, na América Latina, com 75% e na Ásia, com 84%. Ele citou, ainda, uma pesquisa da Accenture, realizada em 2017, que revela a disposição do consumidor em ser atendido por um robô para gerir as suas finanças. Em relação à aquisição de seguros, 74% concordaram com o atendimento feito por uma máquina.

Por isso, Murguía acredita

que o mais importante para o corretor de seguros é o relacionamento. “Quanto mais bem relacionado com o cliente final, melhor”, disse. A mesma pesquisa também mostrou que as pessoas estão mais confortáveis em relação às compras online, tanto que 39% responderam que aceitam se comunicar com os corretores pelas redes sociais. “Por isso, as mídias sociais não são opcionais, mas obrigatórias para atingir o cliente”, afirmou.

Debatedor no painel, Bernardo Castello, diretor Bradesco Vida e Previdência, afirmou que não duvida que algumas áreas das seguradoras estão em xeque, principalmente, a de subscrição de riscos e de sinistros. “O papel da seguradora será mais baseado em algoritmos. Daí a necessidade de se reinventar”, disse. A seu ver, as seguradoras terão algumas áreas com maior destaque no futuro, como suporte jurídico e inovação na criação de produtos. Já a distribuição também se transformará, segundo Castello. “O corretor será um especialista em cliente e não mais em produto”, disse.

Alessandra Monteiro, diretora de Vida e Longevidade do IRB-Brasil RE, considera que as redes sociais serão importantes para a oferta de seguros e mais ainda para se conhecer o consumidor. “Precisamos entender o nosso cliente para oferecer o produto mais adequado. O grande desafio será preparar o profissional de seguros para esse novo mundo”, resumiu.

No encerramento do CVG-SP Limra Day, o presidente do CVG-SP, Silas Kasahaya, elogiou o conteúdo apresentado nas palestras e informou que a Limra dispõe de muitos estudos que serão colocados à disposição dos associados, por meio de parceria firmada entre ambas as entidades.



Silas Kasahaya discursando ao lado de Robert Kaufmann, representante da Limra

Roubo de carga em Cumbica expõe necessidade de gerenciamento de risco nas empresas

Estratégia de compliance mantém o grupo alinhado com a filosofia da companhia

Sergio Vitor

Criminosos invadiram o Aeroporto Internacional de São Paulo, em Guarulhos, e levaram cerca de 770 kg de ouro, um total de US\$ 29,2 milhões (R\$ 110,2 milhões na conversão atual). O assalto entrou no rol dos maiores crimes milionários da história do Brasil.

Um dos três suspeitos presos era funcionário do GRU Airport. Ele foi acusado de facilitar o acesso dos bandidos no balcão onde ocorreu o roubo. A ação do ex-colaborador revela a importância do gerenciamento de risco nas empresas privadas e públicas. “A função da gestão de risco envolve a análise das fragilidades da companhia e priorização. O compliance dissemina e acultura para que todos trabalhem em conformidade”, comenta Márcia Ribeiro, assessora do conselho e diretoria da ABGR.

A possível participação do ex-funcionário no roubo do aeroporto revela a fragilidade do controle de risco da empresa. Segundo Márcia, o controle do risco dimensiona de forma adequada o objetivo desejável para o tratamento do risco e a falta de boas práticas e treinamento contínuo enfraquece a segurança das companhias. Embora gerir riscos seja imprescindível, encontrar uma área bem estruturada nas empresas não é tão comum no Brasil. “O setor elétrico é um exemplo de segmento que tem um nível muito alto de risco e possui essa preocupação, compartilhando através de fóruns regulares, o desenvolvimento e troca de experiências. Por outro lado, há organizações que fazem o gerenciamento

porque é obrigatório e não por real necessidade”, enfatiza.

Essa baixa cultura de gestão de risco no país é representada com mais vigor nas estatais. Com exceção o ramo de energia e do agro-negócio, as instituições públicas estabeleceram historicamente um diálogo distante com o setor.

De acordo com Marcelo D’Alessandro, diretor executivo da ABGR, é preciso ter cautela para expor cargas valiosas. “É uma questão de código de conduta e ética. Quais pessoas têm acesso aos objetos valiosos?”, indaga. Ele destaca, ainda, a importância de as organizações terem um canal de denúncia como estratégia de compliance.

O Código das Melhores Práticas de Governança Corporativa do Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC), na sua 5ª edição (2015, p. 95), esclarece que: “O canal de denúncias, previsto e regulamentado no código de conduta da organização, é instrumento relevante para acolher opiniões, críticas, reclamações e denúncias, contribuindo para o combate a fraudes e corrupção, e para a efetividade e transparência na comunicação e no relacionamento da organização com as partes interessadas”.

Em concordância com Márcia, D’Alessandro destaca que o mercado carece de áreas que centralizam o gerenciamento de risco e a administração do programa de seguros dentro das instituições. De acordo com ele, “as empresas devem identificar os profissionais que ficarão responsáveis apenas na parte de gestão e estratégia de mitigar os riscos”, finaliza.



UCS homenageia Jayme Garfinkel



A União dos Corretores de Seguros (UCS) homenageou Jayme Garfinkel, que recentemente deixou a presidência do Conselho da Porto Seguro. Após 47 anos à frente da companhia, o executivo decidiu focar em novos projetos pessoais. “Foi uma alegria enorme receber essa homenagem da UCS, ainda mais aqui, na Porto Seguro. E fiquei mais feliz ainda em ver tanto interesse por parte dos corretores, nossos grandes parceiros de negócios, durante esta iniciativa promovida pela entidade. Só tenho a agradecer o carinho e os anos de parceria”, agradeceu Garfinkel.

Milliet continua à frente da APTS até 2021

Octavio Milliet deve continuar à frente da Associação Paulista dos Técnicos de Seguro (APTS) para a gestão 2019/2021. A chapa liderada por ele foi a única registrada até o dia 19 de agosto, conforme prazo definido no edital de eleição. A aprovação da chapa única será realizada em Assembleia Geral, no dia 9 de setembro, e, na mesma ocasião, a eleição por aclamação. “Temos muitos planos para a nova gestão. Pretendemos revitalizar a APTS e incrementar a área de eventos, com a realização de seminários sobre temas importantes para o setor, além de resgatar os consagrados eventos do meio-dia, como palestras e debates”, disse Milliet.

Multicálculo
de seguro
automóvel,
caminhão
e residencial.

Quiver MAX

O multicálculo que vai dar velocidade e eficiência aos cálculos de seguro automóvel, caminhão e residencial economizando muito tempo da sua equipe de vendas.

FAÇA UM TESTE GRÁTIS POR 7 DIAS

Sistema de Gestão
para pequenas
e médias
corretoras.

Quiver PLUS

Versão do sistema de gestão de seguros da Quiver voltada para pequenas e médias corretoras de seguros que necessitam controlar os contratos de seus clientes de forma ágil e segura.



Novidade
Agora o Quiver MAX
com cálculo

-  CAMINHÃO
-  RESIDENCIAL

Exclusividade
Quiver

UNIVERSIDADE
Quiver

Ensino a distância para o uso das nossas soluções.



BI



Worksites



Mobile



Assinatura eletrônica

Quiver

Soluções para
superar limites

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

Mudança no estatuto

Assembleia Geral Extraordinária do Sincor-GO aprovou proposta para alteração do Estatuto Social da entidade. “O debate e o resultado da assembleia foram bastante positivos. Nessa proposta de alteração nós incluímos na nomenclatura do sindicato os corretores de planos de saúde, abarcando de uma forma mais ampla os corretores autônomos que atuam ou venham a atuar na distribuição de seguros”, explica Lucas Vergilio. Além disso, com a alteração fica aprovada a criação da contribuição assistencial. “Esta alteração é em resposta ao que foi definido pela Confederação Nacional do Comércio, que deu aos sindicatos de todo o País até 13 de setembro para atender a uma determinação da CLT”, esclareceu o presidente, acrescentando que todas as demais alterações propostas são desdobramentos destes dois tópicos principais.

Aconseg-SP realiza 1º Encontro de Tecnologia

Cerca de 100 pessoas, entre assessorias associadas da Aconseg-SP, empresas prestadoras de serviços e seguradoras, participaram do 1º Encontro de Tecnologia realizado pela entidade. Os palestrantes mostraram soluções para administração e estratégia das assessorias e corretoras, além das inovações criadas pelas companhias. Marcos Colantônio, presidente da Aconseg-SP, explicou que é importante que as assessorias estejam preparadas para atender os corretores de seguros. “Todas nossas assessorias devem ter essa capacidade tecnológica e, para isso, todos necessitam conhecer novas ferramentas”. O presidente da Aconseg-SP explicou ainda que é importante mostrar que as assessorias são capazes de realizar mudanças. “Temos que colocar em prática aquilo que ouvimos hoje, para que fique ainda mais evidente que não somos substituíveis. Acredito que seja importante cada um de nós assumirmos esse papel para mudarmos a forma de relacionamento das assessorias com o mercado”.



Paulo Guedes tem encontro com representantes da CNseg, FenSeg e Susep



O presidente da CNseg, Marcio Coriolano, e o presidente da FenSeg, Antonio Trindade, foram recebidos pelo ministro da Economia Paulo Guedes no início de agosto, no Rio de Janeiro. Além da superintendente da Susep, Solange Vieira, participaram do encontro Caio Megale, secretário de Desenvolvimento da Indústria, Comércio, Serviços e Inovação, e Miriam Miranda, diretora de Relações Institucionais da Confederação. Entre outros assuntos, Marcio Coriolano falou do atual ambiente da saúde suplementar, solicitando ao ministro que demande, de suas áreas próprias, análises e propostas sobre a sustentabilidade do setor, com foco no equilíbrio econômico-financeiro. Ele aproveitou o encontro para convidar Paulo Guedes para participar da abertura da CONSEGUR, no dia 4 de setembro.

1º Fórum de GR debate a cultura de gestão de risco no Brasil

Evento reuniu mais de 200 especialistas do setor

Sérgio Vitor

Suprir a ausência de diálogo do setor. Entre tantos propósitos do 1º Fórum de GR, elevar o nível de conhecimento dos brasileiros sobre a importância de gestão de risco no país foi o maior. Isso porque, o processo de gerenciamento de risco está em toda parte, mas é pouco notável pelas pessoas. Segurança pública, obras de construção civil, parques, salões de festas, bares e restaurantes. Todos necessitam de um acompanhamento próximo a fim de garantir a segurança dos usuários.

Por isso, os especialistas Leonardo Souza e Fabrício Souza decidiram criar o 1º fórum de debate sobre gerenciamento de risco do Brasil. O evento contou com a participação de mais de 200 executivos que tiveram a oportunidade de discutir sobre o assunto, participar de dinâmicas e fazer networking.

Haroldo Fonseca, especialis-



ta em engenharia de segurança de incêndio, abordou a gestão de riscos de forma geral, embora sua especialidade seja em sinistros em decorrência de incêndios. O desenvolvimento desse setor no país é importante, mas, segundo o especialista, as pessoas dão pouca importância. “É um segmento que ninguém leva a sério no Brasil. São Paulo, por exemplo, que é referência em práticas contra incêndio, possui vários lugares com segurança precária”, revelou.

A Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), que entrará em vigor a partir do ano que vem, foi assunto de um dos painéis. Edison Fontes, gestor e consultor em segurança da informação, contou quais serão os benefícios para o consumidor quando o texto entrar em vigor. “Os dados do consumidor serão preservados com mais segurança. As empresas, portanto, terão de se adaptar”, alertou.

Quando se fala em gestão de riscos, a segurança pública também está em jogo. O secretário municipal de segurança pública,

Edson Moraes, mostrou um case de sucesso em Guararema, Região Metropolitana de São Paulo. O chamado CSI de Guararema, após investimentos em câmeras de segurança, dispõem de logísticas especiais na detecção de infratores. “Conseguimos implementar um sistema e fechar o município. Entretanto, fazer na cidade grande é difícil, devido ao tamanho territorial. É necessário, nesse caso, segmentar esses lugares, instalando câmeras em pontos estratégicos”, recomendou Moraes.

O que é o Fórum de GR?

Idealizado pelos especialistas Leonardo Souza e Fabrício Souza, o Fórum de GR é fruto do debate sobre o setor em um grupo de aplicativo de mensagens. Há três anos, ambos integraram especialistas em riscos ao grupo e, devido a seriedade dos integrantes, mais pessoas se interessaram em participar. A grande demanda resultou na criação de um segundo grupo para que mais usuários tivessem acesso às discussões desse setor.



Leonardo Souza, Fabrício Souza e Angélica Viegas

AIG Seguros



Hercules Pascarelli é o novo CFO (Chief Financial Officer) da AIG Seguros. Pascarelli é formado em Ciências Contábeis e Administração de Empresas pela Universidade Paulista (UNIP), possui MBA em Finanças pelo Ibmec de São Paulo e quase 20 anos de experiência profissional em diversas empresas e seguradoras. Ele vai liderar o time financeiro e ajudar a manter a trajetória de disciplina financeira e de subscrição da companhia que está focada em rentabilidade no segmento de riscos complexos e no mercado PME, por meio de parcerias que permitem explorar melhor as fortalezas da seguradora e aportar ao mercado brasileiro sua experiência e capacidade globais.

Barela Seguros



Paulo Vidal Mina é o novo diretor da Barela Seguros. O executivo tem amplo relacionamento com o mercado de corretoras e operadoras, acumulando cerca de 25 anos de experiência no mercado de varejo de seguros. Ele será responsável por todos os canais de vendas da empresa e com o desafio de trazer mais corretores para a casa, além de firmar novas parcerias e ampliar o portfólio de produtos da empresa. Responderá diretamente para Thomaz Menezes. O novo diretor tem passagens por Icatu, Metlife e Qualicorp, sempre com foco nos produtos saúde, odontológico e vida.

GESTO



A GESTO, corretora de benefício saúde administradora de um banco com cerca de 6 milhões de vidas, acaba de anunciar a chegada do Dr. João Luiz Miraglia como novo líder de gestão médica. Ele vem para diversificar as ações de gestão de saúde populacional, melhorar mais a experiência e valor entregues aos clientes. "Precisamos de novas estratégias para entender e reduzir gastos e ainda garantir uma boa experiência para as pessoas ao longo do seu trajeto no sistema de saúde. A GESTO já atua com este objetivo e espero poder ajudá-la a inovar ainda mais neste campo", diz Miraglia.

Amil



Marcelo Coury é o novo superintendente Comercial Corporativo na Central Nacional Unimed. Ele será o responsável pela relação comercial e relacionamento de grandes empresas contratantes. Entre 2004 e 2016 ele foi executivo comercial na Unimed BH. Ele terá como desafio colaborar para que a Central Nacional Unimed atinja suas metas de crescimento deste ano, dentre elas o aumento dos números de beneficiários e faturamento, respectivamente 1,86 milhão e R\$ 7,2 bilhões.

Sompo Seguros



José Joremir Raimundo assume a gestão da Filial Florianópolis com o desafio de contribuir com a estratégia de expansão da presença da companhia no Estado, que apresenta crescimento acumulado na criação de novas empresas, empregos, produção industrial, comércio varejista e vendas de veículos novos. Ele chega para dar suporte aos planos da companhia de alcançar um crescimento de 20% no Estado em 2019. "Estamos com uma estratégia para aumentar nosso market share no Sul do Estado, já que a economia local também tem propiciado um cenário favorável em termos de oportunidades na área de Seguros Empresariais", conclui Alberto Muller, diretor comercial da Sompo para a Região Sul.

Chubb



Juan Luis Ortega assume o cargo de vice-presidente da Chubb e presidente of Overseas General Insurance. Ortega terá responsabilidade executiva operacional pelo negócio de seguros gerais da Chubb em 51 países fora da América do Norte, incluindo P&C corporativo, linhas pessoais tradicionais e especializadas e seguro de acidentes e saúde. "É um grande prazer nomear Ortega para liderar nossas operações internacionais de seguros", destaca Evan G. Greenberg, Chairman & Chief Executive Officer da seguradora.



Grupo MBM lança novo site

Totalmente reformulado, o novo site do **Grupo MBM** ficou mais atraente, funcional e intuitivo, facilitando o acesso de seus clientes, corretores de seguros e internautas em geral, podendo ser conectado de qualquer plataforma, como smartphone ou tablet.

O site conta com a ferramenta de busca, informações sobre os seguros, assistências e demais produtos, esclarecimento de dúvidas online, feed de notícias, além de um campo onde o corretor terá acesso para se cadastrar junto a filial MBM mais próxima. A grande novidade é a ferramenta onde o segurado ou o beneficiário conseguirá comunicar um sinistro, de forma totalmente online, muito simples e rápida.

Acesse e confira:
www.mbmseguros.com.br

Matriz Grupo MBM
Rua dos Andradas, 772,
Centro, Porto Alegre/RS,
CEP: 90020-004

TÁ COM MÉDICO NA TELA TÁ COM TUDO

Cliente SulAmérica Saúde pode falar por vídeo com um pediatra pelo App.*

- Perfeito para tirar as dúvidas do dia a dia
- Atendimento onde o cliente estiver
- Mais uma inovação SulAmérica

**Ofereça
SulAmérica
para os seus
clientes.**



ACESSE: SULAMERICATACOMTUDO.COM.BR

SulAmérica
Saúde

ANS - Nº 006246

ANS - Nº 416428

Consulte as regras do serviço, planos elegíveis e quando usar o Médico na Tela em www.sulamericasaudeativa.com.br > Serviços > Médico na Tela ou consulte seu corretor ou consultor. O Médico na Tela não é uma obrigatoriedade contratual e a SulAmérica Saúde obedece à legislação que regulamenta os seguros e às condições contratuais, que devem ser lidas previamente à sua contratação. *O atendimento poderá ser realizado aos beneficiários de até 12 anos, limitado a dois atendimentos por ano-calendário, mediante aceitação das regras do serviço no aplicativo SulAmérica. Este anúncio contém informações resumidas que poderão sofrer alteração sem aviso prévio. Os benefícios aqui descritos poderão sofrer alterações ou serem descontinuados, a exclusivo critério da SulAmérica. Para mais informações, consulte o seu corretor, consultor ou acesse sulamerica.com.br. Razão Social: Sul América Companhia de Seguro Saúde – CNPJ: 01.685.053/0013-90. Sul América Serviços de Saúde S.A. – CNPJ: 02.866.602/0001-51. SAC: 0800-722-0504. Ouvidoria: 0800-725-3374 – Horário de atendimento: das 8h30 às 17h30 (tenha em mãos o protocolo de atendimento).