

REVISTA

Ano 20 - Edição 210 - R\$ 20

seguro total

Inovação - Seguros - Saúde Suplementar - Previdência - Capitalização

**SUSEP DETALHA COMO
SERÁ O SANDBOX**

**VERGILIO APOSTA EM
NOVOS PRODUTOS**



COMO CONSTRUIR UMA JORNADA PARA O CONSUMIDOR DE SEGUROS?

ESPECIALISTAS ANALISAM MOMENTO E
PROJETAM CENÁRIOS PARA OS PRÓXIMOS MESES

SEGURO AP CAMINHONEIRO MBM

O Seguro AP Caminhoneiro oferece ao motorista (e seu ajudante, se contratado) tranquilidade durante as viagens seguradas pelas apólices de RCTR-C e Transporte Nacional.

A cobertura do seguro começa no momento em que se inicia a viagem, estende-se aos lugares de paradas intermediárias e termina no momento de chegada ao destino final.

Matriz Grupo MBM
Rua dos Andradas, 772
Centro | Porto Alegre/RS

0800 541 2555
www.mbmseguros.com.br

Marketing Digital na Jornada do Seguro

A **Jornada do Seguro**, organizada pela **Revista Seguro Total** entre os dias 29 de junho e 03 de julho de 2020, abordou diversos assuntos que são atuais e pertinentes ao desenvolvimento do ecossistema de seguros em um ambiente de intensas transformações. O encontro online contou com a parceria de Sancor Seguros, Quiver, MAG Seguros, Argo Seguros, Clésio Galvão Advocacia, DOC24, Ciclic, Autoglass, TEx, Alper Seguros, GBOEX, Liberty Seguros, Minuto Seguros, GR1D, D'Or Consultoria, Delphos, TEM Saúde, SegSing, GO!4Active, Regula, SPS Tecnologia, Essor Seguros, Tokio Marine e Original Energy. Aos parceiros e espectadores os nossos maiores agradecimentos para o sucesso desta ação que impactou **mais de 1 mil pessoas** nos dias em que foi transmitida.

Abrimos esta edição com destaque a um dos assuntos mais relevantes do segmento de seguros na última década. “É sabido há pelo menos dez anos que o consumidor pesquisa sobre seguros na internet. Precisamos acelerar para correr atrás do tempo perdido e as corretoras precisam cada vez mais reforçar suas marcas e prestar um serviço profissional. É impossível que uma empresa hoje em dia não tenha um domínio, uma página para captura de leads. Quem ainda não começou a fazer esse movimento está muito atrasado”, alerta o professor **Arley Boullosa**. O especialista em Marketing Digital é fundador da Kuantta Consultoria e atua com a corretagem de seguros e ocupa a Diretoria de Ensino do Sindicato dos Corretores de Seguros do Rio de Janeiro (Sincor-RJ).

“Criei uma agência de marketing digital muito em função da necessidade que identifiquei diante dos corretores de seguros. Ainda não existe algo disruptivo no mercado. Algo como a



Netflix, o Airbnb ou o Nubank. É preciso tirar uma dor do cliente, entender e mudar a cultura e a forma de vender. É preciso otimizar e delegar tarefas, além de aferir resultados através de sistemas de pontuação”, comenta Arley.

O fundador da startup Cliente Agente, **Kleber de Paula**, reforça que além da presença digital é preciso cuidar da imagem transmitida aos clientes neste ambiente. “Você tem uma corretora indicável?”, questiona. “É preciso construir um ambiente mais convidativo para que o cliente conecte-se com sua empresa. Ter posicionamento de mercado, entregar valor ao cliente. Buscar aquilo que fará com que a minha corretora aproveite este ambiente social para entregar conteúdos valiosos, fazer pesquisas e entregar anúncios para seus clientes”, diz ao citar a utilidade da otimização de conteúdos através das técnicas de Search Engine Optimization (SEO) em blogs desenvolvidos pelas próprias corretoras.

“Modelar uma inovação inibe concorrência. Abrir a mente é descobrir que o ambiente digital não conta com limite de alcance e pode fazer com que alcancemos pessoas que antes não seriam impactadas pelo seguro”, finaliza Kleber.

Assista mais detalhes em nosso canal no YouTube!



Editor-Chefe

José Francisco Filho (MTB-33.063)
francisco@revistasegurototal.com.br

Departamento Comercial

Mauricio Rodrigues
mauricio@revistasegurototal.com.br

Redação, Design e Tecnologia

André Takeda
takeda@revistasegurototal.com.br

Cleber Francisco
cleber.fabiano@gmail.com

Tatiane Pina
tatiane@revistasegurototal.com.br

William Anthony
william@revistasegurototal.com.br

**SIGA NAS REDES
@RSEGUROTOTAL
OU ESCANEIE O
QR CODE ABAIXO
COM A CÂMERA DO
SEU CELULAR:**





Sancor projeta o futuro e novos negócios na América Latina

Executivos analisam tendências de mercado e anunciam novidades

William Anthony
william@revistasegurototal.com.br

Com expertise de mais de sete décadas no mercado argentino, a Sancor Seguros soma esforços com o ecossistema na América Latina para proporcionar novas soluções e experiências aos consumidores e parceiros de negócios. Líder em participação e com crescimento acima da média em seu país de origem, a companhia anuncia uma série de novidades tanto em seguros, como no mercado financeiro. Entre as iniciativas disponíveis ao mercado destaca-se a solução “Chamando o Doutor” que vai oferecer consultas por telemedicina não apenas ao segurado, como toda família.

O **Diretor Geral da Sancor Seguros no Brasil, Leandro Poretti** (Foto/Divulgação), ainda revela o lançamento de um banco digital que será disponibilizado de forma gradual aos clientes da Argentina. “O banco será um dos ramos financeiros que irá nos consolidar como grupo global e ajudará no desenvolvimento das pequenas e médias empresas. Os corretores serão os principais braços dessa operação”, explica. Além disso, a companhia incluiu em seu planejamento estratégico ramos como saúde suplemen-

tar e novidades nos seguros de vida dotal para os argentinos”, comenta ao ressaltar que - em todos os países em que atua - a seguradora cresce acima da média de mercado.

O segredo para todo este prestígio da companhia está na proximidade de relacionamento com os parceiros de negócios. “Buscamos a melhoria contínua dos processos com o intuito de proporcionar experiências melhores a todos os clientes - o que também inclui os profissionais de corretagem. Apostamos na proximidade. Os executivos e responsáveis são acessíveis e a tomada de decisão é rápida e acompanha a velocidade exigida pelos dias de hoje”, completa **Rafael Leonel, Gerente Nacional Seguros de Pessoas da Sancor**.

“A companhia está muito focada em inovar através de multicanais, como o Sancor Corporativo, por exemplo, que engloba negócios com demandas diferenciadas. Queremos sempre possibilitar mais negócios aos corretores de seguros e até por isso nossos treinamentos não são exclusivamente focados em explicações de produtos, mas na troca de expertise entre todos os componentes do mercado. Existem diversos nichos que podem



Rafael Leonel,
Gerente Nacional
Seguros de Pessoas da Sancor

ser mais explorados para criar oportunidades”, afirma Leonel. “Passamos boa parte de nosso tempo em busca de como chegar da melhor forma aos clientes e parceiros, ou seja, de que modo eles querem ser atendidos. Cada vez mais queremos construir uma comunidade que trabalhe da melhor forma possível e com rápidas respostas”, justifica ao enfatizar o foco no mercado de pessoas em solo brasileiro. A seguradora figura entre as 25 maiores e foi a que mais cresceu neste segmento no primeiro quadrimestre do ano.

Outro setor com grande representatividade para a Sancor é o agrícola, onde a companhia ocupa a terceira posição no ranking nacional. “Mesmo com a crise em que vivemos, a produção de soja

no Brasil é recorde e caminha para ser a maior do mundo, ultrapassando os Estados Unidos na próxima safra. O ramo de frutas e hortaliças foi um dos mais afetados, mas também começa a reagir”, analisa **Vitor Soares, Executivo de Contas de Seguros Rurais da companhia**.

A expectativa, segundo Soares, é positiva para a expansão do Seguro Rural no Brasil. “Além do incentivo do governo com o programa de subvenção identificamos, conforme dados divulgados pela Superintendência de Seguros Privados (Susep), um crescimento de 12% nas contratações no mês de maio. Aqui na Sancor registramos uma expansão de 28% de novas emissões, durante o semestre, o que demonstra a resiliência do setor”, acrescenta. Entretanto, o especialista reitera que ainda é baixa a penetração deste tipo de cobertura no País. “Vemos que por aqui o índice de área plantada segurada está entre 15% e 17%, enquanto nos EUA este índice chega a 90%”, encerra.

Confira detalhes exclusivos em nosso canal no YouTube!
Escaneie o QR Code com seu smartphone.



NOVA FERRAMENTA DE E-MARKETING

Sancor: digital para os seus negócios



Relacione-se com seus clientes e personalize o marketing digital do seu negócio.

Conheça nossa nova ferramenta de e-Marketing Sancor, onde você pode utilizar modelos prontos feitos por profissionais para a divulgação de sua corretora e/ou contato profissional.

TRAGA MAIS PROFISSIONALISMO À COMUNICAÇÃO DA SUA EMPRESA

WWW.SANCORMAIS.COM.BR





A missão de fazer **diferença** na vida de pessoas e famílias

Corretores de seguros acreditam no potencial de desenvolvimento do mercado

Redação Seguro Total
redacao@revistasegurototal.com.br

Cada vez mais corretores de seguros buscam agregar novos serviços e opções para gestão sustentável da carteira de clientes. Por isso, ao longo da primeira **Jornada do Seguro**, a **Revista Seguro Total** reuniu profissionais especialistas em resultados concretos no segmento. É o caso de **Luciano Tane**, que atua como planejador financeiro e gestor de investimentos. “Vejo perspectivas maravilhosas para todos e ainda existem muitas oportunidades de desenvolvimento. Ainda faltam muitos profissionais, tal como existem nos mercados dos Estados Unidos e China - onde o alcance do trabalho dos planejadores financeiros é muito alta”, explica.

Tane acredita que a parceria entre corretores e seguradoras segue intacta, diante deste contexto. “É o momento de aperfeiçoar ainda mais as entregas e as seguradoras adaptaram-se muito rapidamente”, comenta sobre os impactos da pandemia no ramo de

corretagem.

E neste sentido também surgem iniciativas como a de **Rodrigo Rosa, da R12 Corretora**. O especialista no segmento de pessoas ganhou notoriedade através das redes sociais e lançou recentemente a **StationCor**, uma plataforma completamente dedicada ao mercado de seguros de vida. “Essa iniciativa tem o objetivo de trazer a parte prática aos profissionais de corretagem. As trabalhadoras fazem uma parte muito importante, que é a parte teórica dos produtos. Mas quando falamos de resultados na prática nada melhor do que uma plataforma feita de corretor para corretor”, resume ao definir a novidade como o “Netflix do mercado de seguro de vida”.

As abordagens de Rosa tentam evidenciar a importância de levar a comunicação com o cliente final em consideração. “É preciso tirar o segurês para o cliente e, para isso, o corretor tem de estar preparado. Por isso tentamos tra-



Rodrigo Rosa,
Corretor de Seguros



Luciano Tane,
Corretor de Seguros

Confira detalhes exclusivos em nosso canal no YouTube! Escaneie o QR Code com seu smartphone.



zer uma linguagem mais branda sobre o mercado”, completa.

Para **Tiago Melo, Especialista em Sucessão e Governança Corporativa**, existem dois tipos de profissionais, “Aqueles que sempre enxergam dificuldades e aqueles que identificam oportunidades”, comenta otimista que o setor de seguros deve seguir em crescimento contínuo. “Desconheço um lar ou um CPF que não precise do Seguro de Vida, que demonstra nos momentos de dificuldade seu real papel na vida das pessoas. Tê-lo em um planejamento tornou-se fundamental”, analisa o também autor do livro “Xeque-Mate” e Past Country Chair Brazil do Million Dollar Round Table (MDRT).

Na visão do Diretor da **Tudo Seguro Corretora, Elizeu Santos**, é importante que o corretor acredite naquilo que ele faz. “É preciso entender que entregamos muito mais do que um papel assinado - muitas vezes até de forma digital. As pessoas têm na figura do corretor aquele profissional que faz as apólices para automóveis. É um produto sensacional, mas como nós corretores podemos agregar valor para ir além disso?”, questiona.

Para Santos, é preciso entregar excelência em todos os tipos de coberturas. “Independente do ticket do produto é preciso fazer com que o

cliente perceba a diferença na hora dos atendimentos, para que ele possa perceber a diferença na hora de comparar com o tratamento que ele já recebeu. Isso fará com que o consumidor tenha uma percepção que não fará ele procurar outro canal. Você pode fazer a diferença na vida de alguém”, encerra.



Elizeu Santos,
Corretor de Seguros



"Xeque-Mate",
O Especialista em Sucessão e Governança Corporativa, Tiago Melo, aborda a proteção patrimonial através do Seguro de Vida



Ferramentas inovadoras agilizam **distribuição** de seguros

Ferramentas de multicálculo, marketplaces e telemedicina estão em evidência

William Anthony
william@revistasegurototal.com.br

Os corretores de seguros são os principais canais de distribuição das soluções deste segmento no Brasil. Segundo a Superintendência de Seguros Privados (Susep) chega a 80 mil o número de profissionais que atuam no ramo, de acordo com o processo de recadastramento da categoria capitaneado pela instituição. Especialistas que participaram da **Jornada do Seguro**, promovida pela Revista Seguro Total, são unânimes em afirmar que o mercado possui diversas oportunidades e que a procura por proteção fica aquecida diante da situação excepcional vivida pela sociedade em 2020.

A **Quiver**, referência em oferecer tecnologias que facilitam o dia a dia dos corretores de seguros, acredita no potencial dos marketplaces e da otimização de operações através de recursos inovadores. “Somos uma empresa de tecnologia com foco no mercado e que atua totalmente para proporcionar inovação ao corretor de seguros, profissional que é a linha de frente deste mercado”, comenta o **CEO da empresa, Fernando Rodrigues**.

O executivo enfatiza a utilização das soluções da Quiver por mais de 4 mil profissionais da corretagem, que conseguem operar onde quer que estejam. “Visamos sempre proporcionar

opções que auxiliem na jornada de vendas e atendimento aos clientes da indústria seguradora. O corretor sempre foi consumidor de tecnologia, mas este momento que vivemos acelerou a inclusão de mais especialistas em seguros no ambiente digital”, analisa ao destacar o lançamento do QuiGo, uma plataforma em nuvem com valor extremamente acessível, e do Quiver ON, que possibilita a criação de marketplaces personalizados para o segmento de seguros.

Rodrigues comenta que o corretor de seguros é quem sabe indicar qual a melhor solução para cada tipo de cliente. “Ele é quem está junto ao cliente final e sabe recomendar as melhores soluções dentro dos produtos que são ofertados pelo mercado segurador. Essas ferramentas visam expandir a distribuição de seguros de todos os ramos no País”, justifica.

Listada na bolsa de valores (APER3), a **Alper Seguros** vai completar uma década de operações e também acredita no potencial de transformação que a tecnologia pode proporcionar ao desenvolvimento do mercado segurador nacional. “O digital está inserido em nossas vidas, sempre queremos colaborar com esse contexto e nos dedicamos muito em remover entraves da jornada dos consumidores de nossos produtos”, comenta o **CEO da consultoria em**



Marcos Couto,
CEO da Alper Seguros

seguros, Marcos Couto.

Um dos maiores cases de sucesso da Alper foi o recente lançamento de uma solução para teleatendimento, antes mesmo do surgimento da pandemia do Covid-19. São mais de 4 mil médicos de inúmeras especialidades disponíveis para consultas à distância, 24 horas por dia, 7 dias por semana. A empresa estima um crescimento de 400% neste tipo de atendimento desde o começo da pandemia.

Couto acredita que o corretor de seguros não será simplesmente substituído pela tecnologia e que os agentes de distribuição devem apostar na transformação digital. “Corretor sempre será necessário, sem um trabalho qualificado as pessoas não sabem questões mais básicas sobre as coberturas. Entretanto é preciso avançar na simplificação de produtos, principalmente para pequenas e médias empresas. Seja na metodologia ou no processo de contratação. Os produtos precisam passar a aceitar assinatura eletrônica, vídeos para comprovação de uma Declaração Pessoal de Saúde (DPS) e existe grande espaço para investimento do ecossistema”, reitera.

Confira detalhes exclusivos em nosso canal no YouTube!
Escaneie o QR Code com seu smartphone.



Quiver, líder em soluções para corretoras de seguro.

Soluções em Gestão, Gestão de Benefícios e Multicálculo para maior desempenho e a rentabilidade do seu negócio!

Acesse **quiver.net.br** e conheça!



Escaneie o código e fale com nossos especialistas!



Uma empresa brasileira de classe mundial.

Quiver



Argo Seguros demonstra otimismo com o segundo semestre

Newton Queiroz, CEO da companhia, acredita que o consumidor está 'mais propenso' ao digital

Redação Seguro Total
redacao@revistasegurototal.com.br

A chegada dos seguros intermitentes ao mercado nacional é uma realidade. A **Argo Seguros**, por exemplo, anunciou recentemente a criação do "Instant" - um seguro para automóvel que é pago apenas no momento em que segurado desejar estar coberto. "O Argo Instant foi criado para oferecer uma solução diferente do que já existe no mercado", comenta **Bruno Porte, Diretor de TI e Operações da seguradora**. O especialista explica que aproximadamente 70% dos veículos existentes no País circulam sem seguro. "Queremos novos consumidores e resgatar aqueles que deixaram de adquirir seguros", completa.



Bruno Porte,
Diretor de Operações e TI da Argo Seguros

A expectativa da companhia é positiva para o segundo semestre do ano. Um dos motivos para solidez das operações, segundo o **CEO, Newton Queiroz**, está na inovação. "A empresa existe há mais de 60 anos e chegou ao Brasil há 8 anos. Um dos produtos

mais conhecidos da Argo é o Protector, que revolucionou o mercado em 2013, e hoje desenvolvemos esses produtos liga e desliga", explica Newton (Foto/Divulgação).

"O cliente está mais propenso ao digital agora e as pessoas estão preocupadas com o futuro, os seguros são vistos como um bem necessário, algo que não acontecia no passado", analisa Newton Queiroz ao dizer que a cultura do seguro ainda tem um imenso espaço para crescer em um país como o Brasil. "Vemos que vários marketplaces estão surgindo e a distribuição ágil necessita justamente de ferramentas digitais que permitam fazer isso. As rápidas mudanças dos dias de hoje tornarão a distribuição de seguros completamente diferente, digital e, certamente permitirá o alcance a um público muito mais amplo do que antes", finaliza.

Atualmente, a Argo Seguros está entre as cinco maiores do país em Transporte Internacional e Responsabilidade Civil Profissional e opera nos ramos de Transportes, Riscos Patrimoniais, Linhas Financeiras, Responsabilidade Civil Geral e Profissional.

Confira detalhes exclusivos em nosso canal no YouTube! Escaneie o QR Code com seu smartphone.



"2020 não será um ano perdido para a ENS", diz Maria Helena Monteiro

Em entrevista exclusiva à Revista Seguro Total, a **Diretora de Ensino Técnico da Escola de Negócios e Seguros (ENS), Maria Helena Monteiro** conta com entusiasmo as novidades que possibilitaram a retomada dos cursos de habilitação para profissionais da corretagem de seguros. "Passadas algumas questões regulatórias vemos o quanto as seguradoras têm enfatizado a importância do corretor de seguros para distribuição dos produtos no Brasil. Existe uma demanda de novos corretores de seguros não preenchida neste momento e, por isso, lançamos um programa intensivo para formação de novos profissionais já para o segundo semestre", detalha.

Maria Helena lembra que a tecnologia possibilitou uma série de facilidades em meio à pandemia que impactou o mundo todo. "Estou convencida que o Ensino à Distância para adultos deve seguir em franca expansão, estamos investindo há pelo menos 5 anos em tecnologia e os alunos que estão conhecendo as plataformas virtuais estão gostando tanto que o índice de desistência che-

gou a zero", conta.

A metodologia conta com lições autoinstrucionais conciliadas a aulas ao vivo. "O mesmo acontece com as provas, que contam com fiscalização remota. Todo processo é filmado, gravado e existe uma fiscalização para que não haja qualquer dúvida sobre o resultado. Isso tem possibilitado que a ENS chegue a lugares onde anteriormente seria muito difícil o alcance dos cursos para habilitação de corretores e isso me deixa muito otimista", enfatiza a Diretora de Ensino Técnico da ENS.

As aulas começam em agosto e acontecem durante cinco meses. "A Escola conta com diversas facilidades, dada situação econômica atual. O curso habilita o profissional em todos os ramos", diz Maria Helena. "Definitivamente 2020 não será um ano perdido para a Escola de Negócios e Seguros", completa.



Maria Helena Monteiro,
Diretora de Ensino Técnico da Escola de Negócios e Seguros

ARGO SEGUROS: TECNOLOGIA E INOVAÇÃO ALAVANCANDO MERCADOS DE NICHO

Quando concentramos o foco, enxergamos mais longe e inovamos mais. É assim, observando o desenvolvimento de nossa economia e gerando oportunidades, que a Argo Seguros ganhou destaque no segmento de produtos e soluções especializadas, tanto para riscos corporativos como para soluções massificadas. Tudo isso sempre movida pela inovação, eficiência, foco no cliente e por um excelente time de profissionais, sempre à sua disposição.

Prever o futuro é algo muito difícil, por isso a Argo está sempre pronta para apoiar e protegê-lo.

SEGMENTOS:

- Transportes Nacional, Internacional e Embarcador
- Linhas Financeiras
- Seguro Garantia
- Responsabilidade Civil Geral
- RD Pequenos Equipamentos | Bike

ARGO: www.argoseguros.com.br | ARGO DIGITAL: www.portal.argo-protector.com.br/login

4000 1246 (Regiões Metropolitanas) | 0800 942 2746 (Demais localidades)

Argo Seguros | ArgoSeguros | ArgoSegurosBrasil | Argo Seguros





MAG Seguros completa 185 anos com propósito de cuidar das pessoas

CEO e executivos da companhia analisam cenário e projetam futuro do mercado

William Anthony
william@revistasegurototal.com.br

Com quase 1,3 mil colaboradores, a **MAG Seguros** concilia inovação ao propósito de cuidar das pessoas há 185 anos. “Ninguém consegue ficar vivo tanto tempo sem ter a inovação em seu DNA. Sem um grande propósito não é possível chegar lá. Cuidar de pessoas é muito nobre e importante. Isso é o que nos faz levantar cedo e com muita disposição”, revela o **CEO, Helder Molina** (Foto/Divulgação).

A seguradora, uma das precursoras da previdência no Brasil, tem acompanhado as principais tendências mundiais em seguros e reúne um time de pessoas experientes e especializadas no segmento. “A companhia é inquieta e não consegue fazer mais do mesmo por muito tempo”, comenta Helder.

Para o executivo, a crise do coronavírus acelerou bastante a digitalização do relacionamento entre empresas, parceiros e consumidores - além de gerar novas oportunidades para profissionais da corretagem de seguros. “O medo de entrar no digital precisa acabar. Ninguém vai tomar o lugar dos corretores de seguros. A venda de Seguro de Vida, por exemplo, precisa ter um humano para aconselhar, conversar e convencer da real necessidade. Se antes o corretor poderia marcar três reuniões presenciais, hoje ele pode fazer quinze em um mesmo dia de forma remota. Disponibilizamos ainda de ferramentas que ajudam o corretor a continuar suas vendas nesta modalidade e isso, sem dúvida, vai transformar a vida deste profissional, que poderá otimizar seu bem mais precioso: o tempo”,

completa.

Para o **Vice-Presidente do Conselho Consultivo da MAG Seguros, Marco Antonio Gonçalves**, as soluções da seguradora contemplam todas as camadas da sociedade brasileira. “A companhia inova todos os dias. Queremos sempre fazer aquilo que vá atender melhor os corretores e clientes, seja no pagamento de benefícios, no portfólio de produtos, em tecnologia de maior acessibilidade e demais soluções para todos os tipos de bolso. Sempre buscamos inovar de maneira contínua, sustentável e que traga melhores serviços e seguros para todos de uma forma geral”, analisa ao citar o lançamento de novas linhas de produtos e coberturas. “Se alguém possui um seguro contratado há dez ou vinte anos ela precisa ter o seguro ao seu lado”, reforça.



Marco Antonio Gonçalves,
VP do Conselho Consultivo da MAG Seguros

Recentemente, a MAG Seguros foi reconhecida como uma das melhores empresas para as mulheres trabalharem. A análise foi da consultoria global Great Place to Work. Ações e programas como o Família Segura, que auxilia no acompanhamento das gestantes colaboradoras da empresa ou esposas de funcionários, exemplificam o cenário inclusivo e diverso da companhia.

Outra novidade anunciada pela seguradora foi a criação da **Diretoria de Mercado**, comandada pelo executivo **Alfeo Marchi**. “O intuito deste departamento é fomentar sinergia com todo o ecossistema de seguros. Com enfoque em relacionamento com os corretores de seguros, a criação da Diretoria de Mercado foi consequência de uma estratégia desenvolvida por uma equipe engajada em prover as necessidades para os parceiros de negócios”, explica Marchi.

Para os próximos meses, a expectativa é que a economia busque forças para recuperação e absorção dos impactos gerados pela pandemia. “Ações em todo o mundo visam ampliar o fornecimento de crédito e de esforço fiscal. As pro-

jeções econômicas devem sofrer revisões para melhor, em comparação com aquilo que se pensava nos meses de março e abril. A Selic em níveis jamais assistidos e diversos outros fatores começam a mexer com o mercado financeiro e com o tipo de risco que as famílias estão dispostas a correr. A transformação é muito grande em todos os ramos e isso não é diferente com o mercado financeiro”, argumenta **Claudio Pires, Diretor da MAG Investimentos**. “As instituições devem sair mais fortes dessa situação e quem quiser começar a investir deve dar atenção ao histórico de rentabilidade - sejam em fundos ou previdência privada. As pessoas devem começar devagar e experimentar opções com objetivos de longo prazo”, aconselha.

Confira detalhes exclusivos em nosso canal no YouTube! Escaneie o QR Code com seu smartphone.



MAG
SEGUROS GRUPO MONGERAL EGGON

Neste momento, não seria diferente. Estamos investindo fortemente para que esses profissionais possam gerar mais e melhores negócios.

Nossa ferramenta **VENDA DIGITAL** permite a comercialização do portfólio de forma totalmente on-line e remota. Também estamos lançando cada vez mais soluções aderentes às necessidades das pessoas e ao momento atual. E tudo isso sem deixar de olhar para a capacitação, por meio de nossos cursos e treinamentos da **MAG Universidade**, e para a atualização, com realização periódica de lives com grandes nomes e dicas relevantes.

Mande um e-mail para sejaparcero@mag.com.br e conte você também com esses e outros diversos benefícios!



Sandbox deve consolidar inovação no mercado brasileiro de seguros

Iniciativa deve contribuir com novas soluções para contratos de curto prazo

William Anthony
william@revistasegurototal.com.br

Até a primeira quinzena de agosto é possível que projetos de inovação interessados em participarem do processo de Sandbox Regulatório no setor de seguros. A iniciativa é capitaneada pela Superintendência de Seguros Privados (Susep) e é fruto do comprometimento realizado com o Ministério da Economia, Banco Central e Comissão de Valores Mobiliários (CVM). O intuito é estimular inovação e promover ajustes no arcabouço regulatório dos mercados de finanças, capitais e seguros.

Especificamente sobre o mercado de seguros, diretores da Susep concederam entrevista exclusiva à Revista Seguro Total, onde esclareceram as principais dúvidas dos participantes da Jornada do Seguro, realizada entre os dias 29 de junho e 03 de julho. “Em 2018, missão conjunta da Susep e do Ministério da Economia (Fazenda à época) acompanhou a implantação do Sandbox Regulatório na Inglaterra. Participamos de reuniões com a Financial Conduct

Authority (FCA, a agência inglesa de regulação de conduta) e algumas insurtechs que participaram do programa naquele país. Muitas coisas implantadas na regulamentação da Susep e do Conselho Nacional de Seguros Privados (CNSP) foram inspiradas e baseadas em experiências internacionais. Um relatório da Organização das Nações Unidas (ONU) estima que ao menos 50 países implantaram ou irão implantar seus projetos de flexibilização regulatória em todo o mundo”, revela **Eduardo Fraga, Diretor da Susep**.

Segundo Fraga, a ferramenta tem sido promissora no estímulo de projetos inovadores e novas experiências em uma jornada diferenciada para os consumidores de todo o planeta. “Existem determinadas restrições e limites, mas que permitem um grau de inovação e disrupção maiores - dentro da regulação e legislação aplicáveis ao setor. Sob ponto de vista de solvência os consumidores estão em total segurança, uma vez que são requisitadas provisões técnicas, ou seja,

o dinheiro que os acionistas, controladores da empresa ou sociedade seguradora tem de aportar para garantir essas operações. O consumidor tem todo resguardo de proteção à respeito dos contratos que serão efetivados”, explica.

O Diretor da Susep lembra que os limites do Sandbox Regulatório no setor de seguros contemplam o desenvolvimento de iniciativas para contratos de curto prazo. “A autorização é temporária, de três anos, não faria sentido autorizar que essas empresas atuassem com produtos de longo prazo. Podem ser desenvolvidos seguros para aparelhos eletrônicos, bikes, automóvel, acidentes pessoais de passageiros, pets e riscos diversos, por exemplo. Este é o primeiro edital e vamos aprender muito com o processo. Aprender, aliás, é um dos objetivos do Sandbox. Vamos olhar para operação e, caso necessário, serão realizados os ajustes necessários”, completa Eduardo Fraga.

A autarquia ainda deve acompanhar toda evolução da comercialização desses novos produtos, através da integração possibilitada pelas APIs. “Este movimento é muito mais que um

convite. É uma convocação para que as empresas inovem em nosso mercado e essas inovações não estão presas apenas a produtos, mas também a modelos de negócios. Inovações no modelo incremental e disruptivas são muito bem vindas, pois irão criar uma experiência melhor e mais digital aos consumidores brasileiros de seguros”, conta **Leonardo Brasil, Chefe do Departamento de Tecnologia da Comunicação e Informação (DETCIC) da Susep**.

Para Brasil, o Sandbox deve impulsionar a expansão das proteções securitárias no País. “Essa é uma tendência mundial que poderemos aproveitar aqui no Brasil. Essa caixa de operações permite compreender o que funciona ou não durante essa experiência de testes. A ideia é aprender, executar e partirmos para um ambiente mais consolidado de inovação”, encerra.

Confira detalhes exclusivos em nosso canal no YouTube!
Escaneie o QR Code com seu smartphone.



DOE LEITE MATERNO.

NESSA CORRENTE PELA VIDA, CADA GOTA FAZ A DIFERENÇA.



Qualquer quantidade de leite materno doado faz diferença. Informe-se no Banco de Leite Humano mais próximo sobre a maneira mais segura de doar, mesmo durante a pandemia. Se você pode, doe leite materno.

#DOELETEMATERNO
Saiba mais em
saude.gov.br/doacaodeleite

DISQUE
SAÚDE
136





Contratos e direitos do consumidor de seguros

Advogados participam de painel da Jornada do Seguro e comentam transformações com a pandemia

Tatiane Pina
tatiane@revistasegurototal.com.br



Confira detalhes exclusivos em nosso canal no YouTube! Escaneie o QR Code com seu smartphone.

A simplificação dos contratos de seguros constantemente são pauta nas conversas dos operadores do setor. Com a pandemia de coronavírus foi necessário pensar em como garantir a segurança e compreensão de entendimento daquilo que foi contratado por parte do consumidor.

Situações como a autorização temporária de atendimentos via telemedicina foram abordadas por especialistas em Direito Securitário em painel da **Jornada do Seguro**. A ação especial foi realizada entre os dias 29 de junho de 03 de julho em comemoração aos 20 anos da **Revista Seguro Total**.

A realização de aulas através das plataformas digitais também são um desafio que chega com a pandemia. Para o **Mestre em Direito da Empresa e dos Negócios, Dr. Marcelo Barreto Leal** “a

falta de contato presencial pode tornar a adaptação difícil, mas isso tudo foi enfrentado”. O também sócio do Torelly Bastos Advogados Associados, revela que “a principal preocupação desde o primeiro momento foi com a saúde dos colabo-

radadores”.

“As diferenças sociais ficaram evidenciadas durante a pandemia. É muito importante que exista uma forma de manter atendimentos médicos e psicológicos”, ressalta a **Dra. Angélica Carlini, Professora da Escola de Negócios e Seguros (ENS) (Foto/Arquivo)**. “Vamos encontrar o caminho para a regulamentação do teleatendimento, assim como encontramos com a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD)”, exemplifica. A também Vice-Presidente do Instituto Brasileiro de Direito Contratual (IBDCONT) demonstra preocupação com o aumento da judicialização no Brasil.

Já o **Doutor em Direito Civil – UERJ, Thiago Junqueira**, acredita que cada vez mais será necessário utilizar a tecnologia. “Inicialmente houve certa resistência ao uso de algumas soluções, mas isso foi ultrapassado”, pontua. Junqueira reforça a importância de atenção aos seguros de Responsabilidade Civil dado o momento delicado. “Como o administrador de um negócio deve tomar atitudes rápidas e elas podem trazer consequências. É preciso precaver-se”, finaliza.



Marcelo Barreto Leal,
Mestre em Direito da Empresa e dos Negócios



Thiago Junqueira,
Doutor em Direito Civil - UERJ

Liberty Seguros reitera importância das assistências para os segurados

Diretor de Operações e Sinistros da companhia detalha como foi a adaptação ao 'novo normal'

Com presença em mais de 30 países, a Liberty Seguros relata como foi o processo de adaptação de suas operações ao que muitos estão chamando de ‘novo normal’. “A preocupação da companhia, em primeiro lugar, foi pensar em como deixar as pessoas em segurança. Nossa experiência com o home office desde 2014 com operadores de atendimento e pós-vendas, além de parte da equipe de análises e regulação de sinistros, ajudou muito no processo de adaptação ao novo formato de negócios”, comenta **Dennis Milan, diretor de Operações e Sinistros da Liberty Seguros**.

O grupo segurador percebe a importância que o consumidor tem dado às assistências oferecidas pelos produtos de seguros. “A Fácil Assist atuou com grande diferencial em recentes acontecimentos de impacto. A própria Liberty no Sul conta com uma presença muito forte e tem operação bem estabilizada”, acrescenta ao comentar o acontecimento do que foi considerado um “ciclone-bomba”, decorrido da passagem de um ciclone extratropical no extremo Sul do Brasil em junho de 2020.

Uma das novidades da Liberty Seguros trata-se de uma nova solução digital para clientes de seguros residenciais: a opção de solicitar assistências emergenciais através do aplicativo da seguradora. Anteriormente disponível apenas para segurados de auto, a ferramenta vem para deixar a plataforma da companhia ainda mais completa, agilizar e facilitar a experiência dos clientes no momento de solicitar atendimentos em suas residências.



Dennis Milan,
Diretor de Operações e Sinistros da Liberty Seguros



Confira detalhes exclusivos em nosso canal no YouTube! Escaneie o QR Code com seu smartphone.

A GRANDE JORNADA PELO MUNDO DOS SEGUROS

Às segundas-feiras, das 7 às 8 horas

RÁDIO IMPRENSA FM 102,5

APRESENTADO POR PEDRO BARBATO FILHO





Vergilio enfatiza **resiliência** do mercado segurador

Presidente da Fenacor participou da Jornada do Seguro

Tatiane Pina
tatiane@revistasegurototal.com.br

Durante a Jornada do Seguro, o presidente da **Federação Nacional dos Corretores de Seguros (Fenacor)**, **Armando Vergilio** (Foto/Divulgação), analisou os impactos da pandemia no mercado segurador. “O mercado já discutia digitalização e inovação e rapidamente as companhias adaptaram-se ao regime de home office”, comentou. Vergilio reforçou que os corretores de seguros são indispensáveis para continuidade das operações do segmento. “Os profissionais conseguiram atuar de forma efetiva e eficaz, mantiveram negócios, renovações e prospecção de novos clientes”, destacou. “É preciso que o seguro alcance as camadas mais necessitadas da população com os microsseguros, por exemplo”, acrescentou ao reiterar a importância da criação de

novos produtos.

Para o presidente da Fenacor, “as instituições devem tomar para si a formulação das políticas de desenvolvimento do setor”. Armando Vergilio enfatizou a resiliência do mercado brasileiro de seguros durante a crise de coronavírus. “As seguradoras entenderam que seria pertinente oferecer coberturas para Covid-19 dentro do seguro de vida”, exemplificou.

Como a entrevista especial aconteceu durante as comemorações dos 20 anos da **Revista Seguro Total**, o presidente da Federação disse que a publicação especializada no mercado de seguros “busca sempre trazer informações, esclarecer e trazer debates construtivos”. “Tenho certeza que vocês agregam muito valor e precisamos deste tipo de comunicação dentro do setor”, encerra.

CQCS INSURTECH & INOVAÇÃO **2020**

O MAIOR EVENTO DE INOVAÇÃO EM SEGUROS DA AMÉRICA LATINA
PRO MAGNO CENTRO DE EVENTOS - SÃO PAULO
23 E 24 DE NOVEMBRO DE 2020

NOVA DATA



NÃO FIQUE DE FORA

MAIS INFORMAÇÕES: WWW.CQCSINSURTECH.COM.BR



Troca de experiências entre as **gerações** são importantes para o futuro do seguro

Acacio Queiroz revela detalhes inéditos sobre a carreira e analisa cenário do mercado

William Anthony
william@revistasegurototal.com.br

Com mais de 60 anos de carreira, o **economista e empresário Acacio Queiroz** pontua que a humanidade atravessa um momento ímpar. “Estamos diante de uma nova etapa onde a conectividade e a inovação darão sustento ao compartilhamento. Para isso é importante que exista a troca de experiências entre as gerações, até mesmo por causa do aumento no nível de exigência do consumidor”, reflete.

Queiroz começou a trabalhar quando menino, aos 11 anos de idade (algo comum àquela época), e ingressou ‘por acidente’ no mercado de seguros. Foi convidado por um homem que havia batido em seu veículo à ingressar no mercado de seguros. Desde então, Acacio Queiroz passou a ocupar a gerência de uma empresa do segmento na região Sul, quando a mesma foi vendida para a Finasa Seguradora - hoje a Bradesco Seguros. Foi quando o executivo recebeu um convite para atuar em São Paulo e diversas experiências acumularam-se ao longo das últimas décadas.

Na opinião de Acacio Queiroz a economia brasileira tem potencial de recuperar-se, impulsionada pelas reformas que devem ajudar no desenvolvimento dessa retomada. “O mundo já atravessou diversas crises, nessa a diferença é a existência da pandemia, mas é preciso enxergar que - a partir de agora - a digitalização é exigida, mesmo com a continuidade do olho no olho. Ve-

remos ainda a popularização de soluções como os seguros pay-per-use e como o mercado vai se preparar para a chegada dos veículos elétricos e autônomos, como fica a questão da Responsabilidade Civil?”, questiona Acacio Queiroz ao enfatizar que no mundo dos negócios “sempre é necessário olhar para frente”.

Entusiasta da modernização dos processos que envolvem as coberturas securitárias, o especialista acredita que o Brasil deve ter uma retração econômica de aproximadamente 5% no ano de 2020 - a projeção vai de encontro com a expectativa de recente relatório divulgado pelo Copom, órgão do Banco Central do Brasil. “Temos de ficar atentos ao aumento no número de desempregados e da informalidade. Precisamos de estabilidade. As companhias de seguros vão ter de focar em resultados técnicos operacionais e não depender tanto do resultado financeiro. É preciso criatividade para novos produtos, acredito muito no potencial automático dos ramos de Vida e Saúde, que estão com atenção redobrada pelas Pessoas Físicas”, comenta Queiroz.



Confira detalhes exclusivos em nosso canal no YouTube! Escaneie o QR Code com seu smartphone.

RECEBA AS NOTÍCIAS EM SEU E-MAIL!

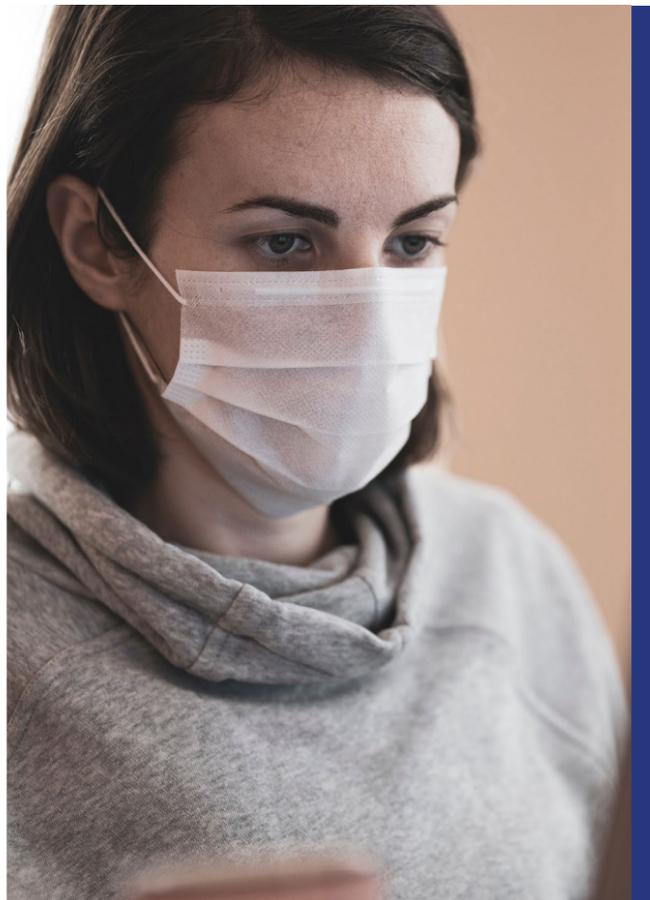


CADASTRE-SE EM **REVISTASEGUROTOTAL.COM.BR**. ENVIOS DA NEWSLETTER ÀS TERÇAS E QUINTAS!

REVISTA

segurototal

#FOCOTOTALEMVOCÊ



Retomada das atividades: como conciliar saúde e trabalho?

Dr. Clésio Galvão e Bernard Biolchini defendem equilíbrio de medidas

Tatiane Pina
tatiane@revistasegurototal.com.br



Confira detalhes exclusivos em nosso canal no YouTube! Escaneie o QR Code com seu smartphone.

As relações de trabalho e consumo tornam-se cada vez mais híbridas - e devem coexistir a partir da superação da crise atravessada com o coronavírus. Para o **Dr. Clésio Galvão, Advogado pós-graduado em Direito Processual Constitucional**, a tecnologia e o home office vieram para ficar. “As próprias relações comerciais tendem a mudar de nível. Vamos

enfrentar a uma nova realidade com o uso da tecnologia”, opina.

Dr. Clésio pensa que um momento de crise torna-se ímpar para aproximar empresas e consumidores para adaptação dos processos de atendimento. “É preciso usar a força do imperativo legal ou devemos partir

para a conscientização da sociedade?”, questiona ao abordar algumas medidas tomadas diante da pandemia. O pós-graduado em Direito Processual Constitucional identifica um embate entre os poderes, o que “não é nada salutar para o País”.

Bernard Biolchini, CEO do Grupo Pentagonal Seguros, considera fundamental haver um equilíbrio entre as medidas “Alguns clientes não são acostumados com tecnologia. Desde o começo da pandemia, após o carnaval, as empresas ficaram preocupadas em como conciliar trabalho com a saúde dos colaboradores. Temos uma balança muito tênue entre saúde e economia, uma coisa não existe sem a outra”, acrescenta o especialista.



Dr. Clésio Galvão,
Pós Graduado em
Direito Processual Constitucional



Bernard Biolchini,
Fundador e CEO do
Grupo Pentagonal Seguros

Recebíveis são os principais ativos de uma empresa

Momentos desafiadores revelam a importância de que as empresas garantam seus recebíveis. Neste sentido, a modalidade de Seguro de Crédito - impulsionada principalmente pela demanda de exportação existente no Brasil. “Nos últimos cinco anos cresceu 20% a base de exportadores brasileiros. Tínhamos 22.617 exportadores em 2015. Em 2017 este número saltou para 27.160”, compartilha o **Corretor de Seguros Marcelo Finardi**. Finardi defende que é preciso levar em consideração a crise do coronavírus na hora de fazer o planejamento de negócios para os próximos meses. “No segmento de Seguro de Crédito os analistas passam por uma fase de reavaliação de crédito de muitos negócios”, completa ao alertar que conhecimento sobre o produto é fundamental para poder realizar a oferta deste tipo de cobertura.

Luciano Mendonça, Diretor Comercial da Euler Hermes no Brasil, demonstra que o produto ainda possui baixa penetração em relação ao Produto Interno Bruto (PIB). “No Brasil não passa de 3 mil o número de apólices de Segu-



ro de Crédito. Os recebíveis estão entre os principais ativos das empresas e precisamos ampliar as garantias disso”, alerta. “Os profissionais do mercado de corretagem podem conversar com os próprios parceiros que já conhecem a modalidade, além das seguradoras do ramo, para que este segmento possa reforçar a posição financeira de suas empresas”, aconselha ao lembrar que a Euler Hermes realiza diversos treinamentos pela web.

Na opinião de **Tatiana Moura, Diretora de Garantias e Crédito da Marsh**, é preciso desenvolver uma cultura para que o Seguro de Crédito avance de acordo com seu potencial. “As empresas têm vários tipos de seguros. Vemos Vida e Benefícios ofertados aos colaboradores, mas elas não pensam em fazer o de Crédito e nós temos uma expectativa extremamente positiva em relação à demanda que este produto tem no País”, finaliza.



Clésio Galvão

Advocacia

30 ANOS DE EXPERTISE NA
INVESTIGAÇÃO DE FRAUDES,
APLICADA NA DEFESA JURÍDICA
DAS SEGURADORAS

(31) 3245-6545
contato@clesciogalvao.adv.br
www.clesciogalvao.adv.br



Essor aposta em segmentos diferenciados e parcerias estratégicas

Fábio Pinho ressalta importância de clareza e foco nos objetivos

Tatiane Pina com colaboração de VTN Comunicação
tatiane@revistasegurototal.com.br

Com solidez financeira capitaneada por lançamentos realizados através de parcerias estratégicas, a **Essor Seguros** chegou ao posto de uma das dez seguradoras mais rentáveis do Brasil em abril deste ano, de acordo com dados da Superintendência de Seguros Privados (Susep). O segredo, revela o **CEO da companhia, Fábio Pinho**, é a aposta em soluções diferenciadas como os recentes lançamentos como as coberturas para painéis solares fotovoltaicos e para bikes. “Inovar é pensar diferente, entender os anseios de toda a cadeia envolvida, desde os players internos, fabricantes, parceiros, corretores, até o consumidor final, para aí sim criar um serviço ou produto que realmente atenda às expectativas. Não se consegue isso com pressa e sem traçar objetivos muito claros”, afirma.

“Acabamos de lançar o nosso Seguro de Painéis Solares Fotovoltaicos e, por enquanto, não falo em projeção de números. O mais importante é que o produto está bem calibrado para atender ao que o consumidor espera. Agora o foco será fechar o ano com excelentes parcerias em todo o Brasil para a distribuição e, se isso der certo, teremos um 2021 incrível em termos de resultados e produção”, exemplifica o executivo. Para Pinho, tal postura garante a sustentabilidade da empresa. “Tudo o que fazemos é para trazer lucratividade a todas as partes em médio e longo prazo, e não olhando apenas para

crescimento e volume imediatos”, completa.

Lançado no final de 2019, o Seguro Bike é resultado de parceria entre três empresas. “Uma extremamente técnica, outra com a capacidade tecnológica inovadora e a seguradora, com a sua expertise global e capacidade de empreender. Desenvolvemos o que considero uma das melhores ferramentas do mercado. No ano passado ainda haviam ajustes a serem feitos, mas agora vemos a concretização do que foi desenhado”, diz o CEO da Essor Seguros.

Pinho aproveita para reafirmar o apetite da seguradora por novos projetos. “Estamos abertos a qualquer produto, ideia, que traga diferenciação. Quando isso se encaixa no nosso modelo, vamos fundo. Parte do sucesso é não só essa vontade de buscar, mas também ter dentro de casa um time capaz de entender e empreender, e isso a Essor tem. Uma vez aprovada a ideia, nossa maneira de agregar valor é trazendo uma experiência global e securitária, em um ambiente capaz de conectar plataformas em questão de dias. Não conheço outra seguradora que faça isso tão rápido”, encerra Pinho.



Confira detalhes exclusivos pela web! Escaneie o QR Code com seu smartphone.

DM9

NO SERTÃO
FALTA ÁGUA,
MAS NÃO
VAI FALTAR

FUTUR



Desde 1993, os Amigos do Bem atuam no semiárido mais populoso do mundo, para que no futuro a miséria seja lembrada apenas como um fato histórico. Hoje, são 60 mil pessoas atendidas com projetos de inclusão social que geram Educação, Saúde e Trabalho.

Ajude os Amigos do Bem a continuar transformando vidas no sertão nordestino.



Colabore.

11 3019.0100

amigosdobem.org





Norberto Birman,
Vice-Presidente da Tem Saúde

Os desafios de ampliar o acesso aos cuidados primários em saúde

ANS estima que 163 milhões de brasileiros não têm plano de saúde

William Anthony
william@revistasegurototal.com.br

No início de 2020, a Agência Nacional de Saúde (ANS) apontou que 163 milhões de brasileiros não possuíam plano de saúde. Com o avanço da crise financeira também aumentam os desafios da saúde suplementar em um cenário de aumento de custos operacionais e da capacidade de renda da população.

Para Norberto Birman, Vice-Presidente da Tem Saúde, saúde é uma questão primordial para qualquer sociedade em qualquer tempo. "Queremos agregar valor para a sociedade e alcançar aqueles que não possuem recursos econômicos para acessar a saúde privada. Admiro todo esforço e capacidade dos profissionais de saúde pública, mas faltam muitos recursos e isso impede que o acesso a um cuidado preventivo seja praticado por um maior número de pessoas em qualquer lugar do Brasil", resume o pediatra especializado na área administrativa da saúde.

Com passagem de mais de três décadas na Amil, onde chegou a ocupar a presidência da operação norte-americana, Birman considera que a experiência do cliente neste segmento deve considerar o ciclo completo de atendimento. "Nosso foco está no fornecimento de acesso à consultas e exames. As pessoas con-

"Fazer parte do maior grupo hospitalar da América Latina trouxe muita informação e inteligência"

Bruno Iannuzzi,
CEO da D'Or Consultoria

tam com o atendimento médico e odontológico, teleatendimento, acesso à laboratórios e clínicas de imagem e ainda - se necessário - acesso à medicamentos com descontos", revela ao citar que este tipo de ferramenta torna-se muito mais acessível em termos de custos, o que também pode gerar retenção de clientes e novas oportunidades para profissionais da corretagem de seguros. "Isso engaja aquele cliente que, até então, não contava com atenção no mercado. As pessoas estão mais preocupadas com a saúde e queremos oferecer uma alternativa de saúde com segurança, confiança e que possa contemplar todos os componentes familiares", acrescenta.

Bruno Iannuzzi, CEO da D'Or Consultoria, conta com passagem por outras diversas gigantes de consultorias em seguros. A operação da D'Or destaca-se pelo rápido crescimento e por fazer parte do universo de soluções que compõem a Rede D'Or, um dos maiores conglomerados de saúde do País. "Quando a empresa foi criada identificamos que o mercado precisava inovar neste segmento, justamente em decorrência das dificuldades existentes no sistema público e até mesmo no privado. Fazer parte do maior grupo hospitalar da América Latina trouxe muita informação e inteligência, além de especialização em prover resultados positivos em toda cadeia de operações", analisa.

Para Iannuzzi, a pandemia de coronavírus impactou em uma série de questões, mas não pode fazer com que as pessoas deixem de ter os cuidados primários em relação à saúde. "Não olhamos apenas para as vendas ou como está o movimento deste mercado no momento, pois precisamos observar a questão das assistências à população. Temos muito a avançar e muitas coisas estão acontecendo agora, de uma vez só", encerra o executivo da consultoria que já atende mais de 2 milhões de usuários.



Bruno Iannuzzi,
CEO da D'Or Consultoria



Confira detalhes exclusivos em nosso canal no YouTube! Escaneie o QR Code com seu smartphone.

Consumidor quer comodidade e atenção no pós-venda

Especialistas defendem ambiente 'mais dinâmico e flexível' nos negócios

Confira detalhes exclusivos em nosso canal no YouTube!



Um ambiente mais dinâmico e flexível é requisito para o desenvolvimento dos negócios diante do aumento da informação, consciência e exigência por parte do consumidor. Por isso, as marcas buscam incansavelmente aprimorar as experiências que esses clientes têm com seus produtos, serviços ou atendimentos. De acordo com uma pesquisa da PwC, que apurava o futuro da experiência do consumidor em 2018, 73% dos entrevistados revelaram que a experiência do cliente era um fator importante em suas decisões de compra. No Brasil, o índice alcançou 89% - o mais alto do levantamento.

Na opinião de **Omar Ajame, Co-Founder & CEO da TEx**, a tecnologia é meio para prestar atendimento rápido e eficaz. “As empresas estão se transformando e sabem que precisam operar com uma cultura mais dinâmica”, diz ao

citar o avanço das integrações entre soluções do ecossistema com as APIs, por exemplo. “Para quebrar paradigmas no setor de seguros é preciso olhar para os mercados mais inovadores e olhar para os princípios do negócio. A melhor forma de prever o futuro é inventá-lo. Podemos esperar que ele aconteça ou trabalhar em cima das ineficiências do mercado, ver como isso poderia funcionar melhor e como podemos construir essas coisas”, exemplifica o executivo da empresa especialista em soluções de tecnologia para corretoras de seguros. Ajame defende que é preciso “descomplicar o seguro”.

No caso da Autoglass foi constatado que quase 50% dos avisos de sinistros acontecem pela internet. “É perceptível que o cliente está mudando, o mercado, as empresas e os hábitos também. Se olharmos para aproximadamente dez anos atrás seria impensável resolver um atendimento com um robô. Hoje quase metade dos avisos de

sinistros acontecem pela web. Não adianta apenas pensar na jornada digital de um determinado produto ou um novo processo se isso não for bom para seu cliente e sua experiência. O cliente sai da central telefônica e vai para o digital porque é mais fácil, porque é intuitivo, porque é melhor, porque habilita a possibilidade de agendar um serviço na loja e o cliente já recebe o endereço e deixa um horário reservado em poucos cliques”, analisa **Eduardo Borges, Vice-Presidente da Autoglass**.

Renato Terzi, CEO da GR1D, acredita que o consumidor “está mais aberto a inovação”. “É um processo irreversível de transformação. Estamos vivendo uma grande quebra de paradigmas nesse primeiro semestre. Algumas coisas só foram possíveis por causa da tecnologia. Antes dos smartphones não seria possível ter o Uber”, embausa o especialista.

De acordo com o CEO da GR1D, a concorrência no segmento de seguros deve ser estimulada pela chegada do open banking. “Isso possibilitará a democratização desse segmento. Os operadores vão ter capacidade de competir de igual para igual com grandes players. Mais companhias internacionais poderão ingressar rapidamente também e competir de igual para igual na exposição ao risco, o que fará com que o mercado cresça”, diz ao estimar que o mercado segurador deve mais que dobrar com a chegada desta novidade.

Entretanto também é importante reforçar a atenção ao pós-venda. Segundo **Daniel Bortoletto, CEO da Regula Sinistros**, a ro-



Eduardo Borges,
Vice-Presidente da
Autoglass



Daniel Bortoletto,
CEO da
Regula Sinistros



Renato Terzi,
CEO da
GR1D



Luiz Nassif,
CEO e Co-Founder
da Go!4Active

tina dinâmica do profissional da corretagem de seguros pode fazer com que a terceirização de alguns processos seja necessária. “Este profissional precisa administrar o bem mais valioso dele que é o tempo e ser efetivo em suas vendas. O corretor precisa olhar para o negócio dele como um empresário, um gestor”, afirma.

“Nossa solução nasce quando uma pesquisa sueca apontou que o nível de satisfação no atendimento em pós venda era o pior em um univer-

so de 71 países. 60% das demandas das ouvidorias das seguradoras são pertinentes a atendimento em todos os ramos de seguros. Nos especializamos no atendimento para área de sinistro das corretoras para atuar como concierges e impactar positivamente na própria imagem do mercado como um todo, ainda mais diante da falta de cultura do seguro em nosso país”, justifica

Bortoletto.

Neste sentido, o **CEO e Co-Founder da Go!4Active, Luiz Fernando Nassif**, acredita que a satisfação do cliente “é a coisa mais importante que é preciso trabalhar”. “Operacionalizar processos, garantir qualidade e produtividade interna vai gerar mais satisfação para nosso cliente e assim podemos até mesmo agregar outros serviços. Disrupção é estar cada vez mais perto do cliente para que ele continue satisfeito”, destaca.

Segundo Nassif, é preciso dar atenção à saúde antes de mais nada. “Tudo começa pela saúde”, conta. “Tudo que você faz por dias ininterruptos vira um padrão. Cabe a você dar prioridade ao que é importante para o seu dia. Como vai gerar mais qualidade de vida e saúde para alcançar esse oceano azul de oportunidades no mercado de seguros?”, finaliza.

SEU CLIENTE FICA PROTEGIDO. SUA LUCRATIVIDADE TAMBÉM.

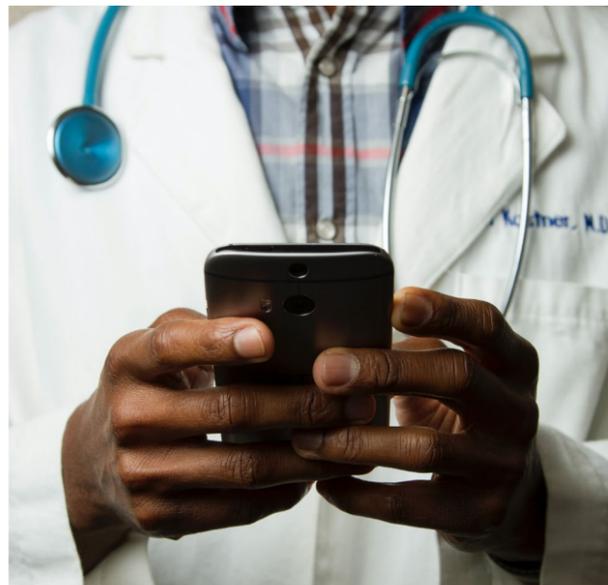
COBERTURA CONTRA BURACOS.

Protege pneus, rodas e suspensão em caso de impacto acidental.

Já nas principais seguradoras.

autoglass.com.br





Telemedicina agrega valor e traz benefícios ao consumidor

Modalidade gera oportunidades para corretores e seguradores

William Anthony
william@revistasegurototal.com.br

Associação Paulista de Medicina (APM) declarou recentemente que a telemedicina "presta um serviço de utilidade pública". Trata-se de uma área da telessaúde que possibilita a emissão de laudos, avaliação de exames e diagnósticos de forma remota. A discussão sobre a implementação desta modalidade não é tão recente, mas ganhou força com a decisão do Conselho Federal de Medicina (CFM) em liberar este tipo de consultas no Brasil, a partir de março de 2020, dado avanço da pandemia de coronavírus.

Com isso, também cresceu a procura por este tipo de consulta. O movimento foi constatado por praticamente todas as empresas que atuam neste segmento. É o caso da DOC24, que nasceu na Argentina e expande, rapidamente, suas operações para toda América Latina. "As pessoas e os próprios profissionais da saúde vão conhecer cada vez mais este serviço e habituar-se ao atendimento virtual de pacientes. Por isso atuamos junto a parceiros estratégicos para difundir, cada vez mais, os benefícios que isso traz para todos", explica **Fernando Ferrari, Managing Director da DOC24**. "Somos uma empresa de medicina digital e oferecemos soluções para planos de saúde, hospitais e clínicas com corpo clínico, por exemplo. Temos sempre médicos atendendo em regime de plantão para atender os clientes de nossos clientes", revela.

Justamente o alcance deste tipo de solução para um maior número de pessoas é um dos objetivos elencados por Ferrari. "O público está ávido por novidades e, principalmente, produtos e serviços que possam ser acionados ou acessados digitalmente. A telemedicina ultra-

passa barreiras telefônicas, não conta com clausulado pesado para acionamento e não possui regras de utilização. Preciso, usa", completa o executivo.

Fernando Ferrari revela que as seguradoras também viram o potencial da telemedicina para seu portfólio de produtos. "Fechamos uma parceria em toda América Latina com uma das maiores seguradoras do mundo. A companhia oferecerá um produto que tem a telemedicina como carro chefe e um seguro de vida conjugado. Essa oferta será realizada a varejistas, por exemplo, pois ajuda no controle de pacientes crônicos, redução do absenteísmos e na fidelização das pessoas através de um serviço simples de usar", afirma. "É possível conectar a telemedicina com negócios corporativos, de afinidade e outros segmentos. As possibilidades são infinitas e o corretor de seguros é um parceiro estratégico na oferta deste produto como alternativa de mitigação da sinistralidade na saúde suplementar", analisa.



Fernando Ferrari,
Managing Director da DOC24



Raphael Swierczynski,
CEO da Ciclic

Um dos principais marketplaces do mercado segurador exemplifica bem essa situação. O intuito de incluir oferta de telemedicina aos clientes é "agregar percepção de valor aos produtos que oferta ao consumidor", de acordo com **Raphael Swierczynski, CEO da Ciclic**.

"As pessoas precisam evitar saídas de casa com a pandemia e entendemos que seria útil incluir a telemedicina em nossas opções. Rapidamente colocamos o produto no ar e investimos em campanhas digitais que tiveram grande sucesso. As pessoas estão comprando e usando.

Temos centenas de consultas realizadas e a avaliação dos clientes é muito positiva, o que é extremamente importante", diz Swierczynski ao enfatizar que a Ciclic quer estar na vanguarda com a oferta de novos produtos. "Nossa empresa nasceu para operar digitalmente no mercado de seguros e já estamos pensando em novas ofertas que agreguem coberturas de seguros relacionadas à saúde. Os profissionais da corretagem também podem usar nossa plataforma para vender de forma digital", justifica ao dizer que muitas coisas ainda precisam ser feitas para incluir neste mercado a parcela da população que ainda não consome seguros. "Isso será possível sempre com parcerias. Acreditamos nisso tanto para prover novas soluções, como para distribuir melhor os produtos. Este é um movimento que o mercado deve fazer junto", encerra o CEO da Ciclic.

Confira detalhes exclusivos em nosso canal no YouTube! Escaneie o QR Code com seu smartphone.



Plataforma de Telemedicina para empresas de seguros



- + Mais cobertura em apólices de seguro
- + Otimização de recursos
- + Fidelização de clientes

Médicos próprios

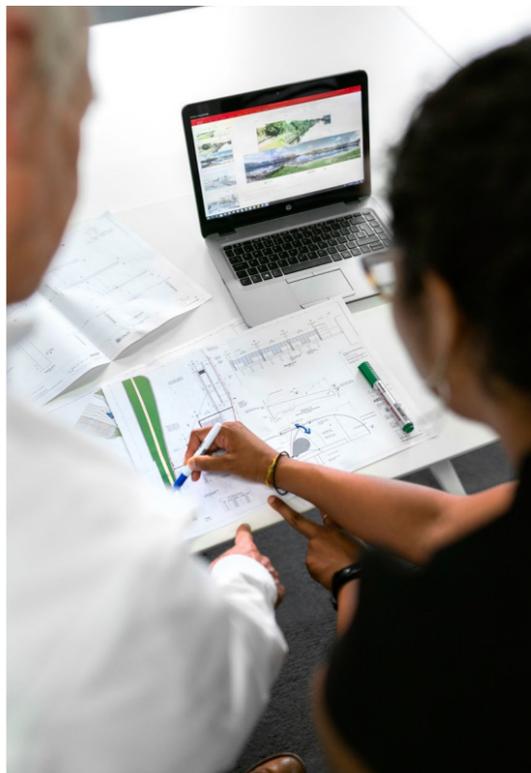
Geolocalização

Sistemas ajustáveis

Pronto Atendimento 24 Hs



www.doc24.com.br



Fragilidade econômica resalta importância da contratação de seguros

Economista Delfim Netto participou de webinar da Fator Seguradora

Fator Seguradora
publieditorial

O economista Delfim Netto classificou os últimos anos como uma nova “década perdida”. Para o especialista, ainda vai demorar para que o Brasil conclua seu processo de recuperação econômica. As afirmações foram realizadas em webinar promovido pela **Fator Seguradora**, no dia 24 de junho. O comando do encontro ficou por conta de **Luís Eduardo Assis, CEO da companhia**. O cachê de participação de Netto foi totalmente destinado à compra de cestas básicas que foram doadas na região de Paraisópolis, em São Paulo.

Na oportunidade, **Delfim Netto** apontou que a saída da crise do coronavírus deve ocorrer apenas quando uma vacina estiver amplamente disponível. Aos 92 anos, o convidado abordou a trajetória da economia brasileira nas últimas décadas e traçou projeções que passam necessariamente por uma reforma no Estado.

As considerações realizadas na reunião online expõem ainda mais a responsabilidade social desempenhada pelas coberturas securitárias. A Fator Seguradora, por exemplo, atua em diversos segmentos e é especialista no desenvolvimento de soluções sob medida. São coberturas para contratos, Responsabilidade Civil, Riscos de Engenharia e também Patrimoniais.

Profissionais de construção civil estão entre os

que estão expostos a eventuais falhas. Seja no cálculo de estruturas, na escolha de materiais, elaboração ou execução de processos e isso pode desencadear em processos e indenizações extremamente danosos às empresas - ainda mais em um cenário de crise econômica. Os Seguros de E&O e D&O trazem segurança neste tipo de situação aos prestadores de serviço e administradores, respectivamente. Ao todo, a Fator Seguradora desenvolve proteção para mais de 40 profissões como engenheiros, profissionais da área da saúde, profissionais da educação e outros.

Todos os detalhes estão disponíveis no site da companhia, disponível no QR Code, e a contratação pode ser realizada de forma ágil e rápida, através de um sistema completo de cotação e emissão. Corretores de seguros podem especializar-se neste tipo de apólice e ampliar os ganhos através da diversificação do portfólio de produtos e da carteira de clientes.



Confira detalhes exclusivos no site da Fator Seguradora! Escaneie o QR Code com seu smartphone.

Alberto Yanez

As atitudes são mais estimuladas pela razão ou pela emoção?

Nós cuidamos da sua Saúde Emocional.



Saiba mais
www.yanez.com.br

yanezoficial

11 94005.2743



WAGNER BERNARDO
Head of Customer Experience Piwi®

O que há de novo no "novo normal"?

Há muito tempo que se desenha como seria um corretor de seguros digital. Acompanhamos o surgimento dos primeiros protótipos, com frames e aplicativos digitais e com a tônica que sempre se olhou: venda! E como toda boa polêmica, basta uma fagulha para que o tema, que a priori pode ser amplo, tenha foco apenas no que gerará mais calor no embate. E assim, seguem-se anos por descobrir o que de fato isso significa.

Em meio a pandemia em que vive o mundo, descobre-se a necessidade de entrar em contato com um mundo mais digital, com salas de reunião online, live de diversos assuntos, interações em canais antes não conhecidos, operações na nuvem, e tudo isso em home office. Convenhamos: não há nada de novo nisso. E coisas que antes não acontecia, como assumir a rotina nessa dinâmica digital, agora se tornou "normal". E considerando que a normalidade depende do ponto de vista, a frase cunhada "novo normal" me parece inadequada. Se parece adequada para alguns, cabe uma revisão para entender em que ponto da discussão da digitalização da sua empresa você parou. Enquanto a grande maioria alimentou o imaginário de que esse processo "acabaria com a classe de corretores de seguros", mentes que vivem o novo normal há anos, estavam preparados para navegar no mercado em modo "offline" e "online".

Descobriu-se que existe presença e suporte digital onde a máquina faz o papel de máquina como escalar processos, e o humano faz o papel humano, em especial, criar experiências. E foi para esse horizonte que, corretoras que na teoria remaram contra a maré, se deparam prontas para o momento: mudaram de escritório do dia para a noite já que tudo rodava na nuvem, e prepararam seus times para um show de jornada com seus clientes, com interação online, lives de conteúdo relevante, pesquisas, reuniões super produtivas nas plataformas, organização de campanhas digitais. Usam com inteligência os diferenciais e benefícios das seguradoras e operadoras como plataforma para geração de experiência entre cliente e corretora. Mapearam jornadas, personas, entenderam os touchpoints no processo e se colocaram como protagonistas nessa relação. Sem contar as inovações do próprio broker: ofereceram telemedicina antes das operadoras de saúde, produziram conteúdos de melhores práticas para o home-office, fizeram parcerias com empresas focadas em saúde da mente, entre tantas outras ações. Tangibilizaram, através da experiência do cliente, o valor de suas corretoras na relação.

Seremos os protagonistas do futuro que queremos dar a esse mercado. O novo está em revisar a si mesmo e permitir deixar antigas crenças para trás em um cenário que se acelerou e veio para se consolidar.



Portal Nacional de Seguros

www.segs.com.br

**O mundo do seguro em um clique!
A maior audiência do segmento**

VAMOS CRIAR UM MUNDO MELHOR?

CONQUISTE SEUS SONHOS COM GERAÇÃO DE ENERGIA LIMPA
UMA PROPOSTA SUSTENTÁVEL, ESTÁVEL E RENTÁVEL!



www.originalenergy.com.br

(11) 97959-1395

SAIBA MAIS INFORMAÇÕES NESTE TELEFONE
OU ESCANEIE O QR CODE PARA ABRIR COM O WHATSAPP!



Na
vibe do
VIDA



Novo Liberty

Vida Global

São tantas melhorias
que você vai achar
que é novo mesmo.

Entre na Vibe do Vida e aproveite tudo o que melhorou para ele ficar mais competitivo e mais ágil na hora de contratar. Sem falar que agora dispensa DPS e tem desconto de até 6% de acordo com a forma de pagamento escolhida. São muitas novidades! Confira as principais e não perca negócios.



Cobertura DIT por acidente disponível na contratação da cobertura de Morte Natural;



Aumento do limite de capital dos sócios e funcionários;



Assistência Funeral com capitais de R\$ 4 mil, R\$ 6mil e R\$ 8 mil;



Dispensa envio de Proposta assinada e da Declaração de Saúde;



Aumento do carregamento para 50%;



Cartão de crédito com desconto de 6% para pagamento à vista ou parcelado.
E mais: débito - 6% de desconto à vista e 3% parcelado;
boleto - 3% de desconto à vista;



Possibilidade de informar MEI/CEI para facilitar a identificação da empresa.

Aproveite essa vibe de melhorias para incrementar seu portfólio e crescer cada vez mais nas vendas.

Liberty Seguros S/A – CNPJ 61.550.141/0001-72. Código SUSEP: 518-5. Processos SUSEP 15414.004547/2008-55 e 15414.901826/2019-11. O registro deste plano na SUSEP não implica, por parte da autarquia, incentivo ou recomendação à sua comercialização. SAC 0800 726 1981. Ouvidoria: acesse o site www.libertyseguros.com.br, em que é possível postar seu recurso. Se preferir, o recurso também poderá ser feito pelo e-mail ouvidoria@libertyseguros.com.br, ou pelo telefone 0800 740 3994. Para mais informações, consulte condições gerais, regulamento e as características essenciais em www.libertyseguros.com.br.

