

REVISTA

Ano 21 - Edição 213 - R\$ 20,00

segurototal

Inovação • Seguros • Saúde Suplementar • Previdência • Capitalização

**Teste Oncotype DX
pode acabar com quimioterapia
em pacientes com câncer de mama**

**Seguro para Placas Fotovoltaicas
traz novo mercado aos corretores**

**Ministério da Agricultura, Pecuária
e Abastecimento investe no
fortalecimento do seguro rural**

Total segurança com inclusão!



Seu rosto sempre em evidência



Inclusão das pessoas com deficiência auditiva



Conforto, resistência e total transparência



Ampla visão



Durável, de fácil higienização



Não precisa lavar ou trocar a cada 2 horas



Filtros com manta de carvão ativado



Saúde: não solta fiapos e você não respira excesso de Co2



Segurança: permite identificação facial



Fabricação em PET ou PVC e respiradores com cores variadas



Sustentabilidade com responsabilidade social



Melhor Custo X Benefício

Agora, com respiradores coloridos.

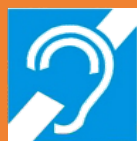


Transparent mask

Volte a sorrir!



Proteção contra o Coronavírus



Ligue já (11) 2306.2914
www.lojadacriatividade.com.br

Apoio:
INSTITUTO HUMANUS

Novos produtos trazem inovação ao mercado



Nesta edição a Revista Seguro Total traz um panorama sobre o mercado de seguro rural, os desafios e crescimento durante a pandemia de covid-19. Pedro Loyola, Diretor do Departamento de Gestão de Riscos do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa), contou sobre as novidades que o Governo tem promovido ao segmento, para incentivar seu desenvolvimento.

Passamos pelas Campanhas do Outubro Rosa, de prevenção ao câncer de mama, e a Exact Sciences realizou um estudo sobre o teste Oncotype DX que pode prevenir a realização de quimioterapia em pacientes que não necessitam fazer o tratamento. Ainda no segmento de saúde, a Omint participou do evento Global Summit Telemedicine & Digital Health falando sobre o avanço na telemedicina.

Ainda tem matéria falando das startups selecionadas no sandbox regulatório da Susep, entre elas a Split Risk. Na página 16 você pode saber mais sobre o PIX, nova forma de pagamentos lançado pelo Banco Central. E, também sobre um novo mercado aos corretores, o seguro para placas fotovoltaicas, setor que pretende revolucionar o mercado de energia, com produção limpa e sustentável.

Boa leitura!

REVISTA
segurototal

ANO 21 | EDIÇÃO 213 | PUBLICAÇÃO MENSAL
REVISTASEGUROTOTAL.COM.BR

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

Editor

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

Departamento Comercial

Maurício 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

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



SU MÁRIO

5

Omint avança no debate
sobre telemedicina e saúde digital

6

Grupo Bradesco Seguros divulga resultados
do terceiro trimestre de 2020

8

Argo Seguros lança o 'Bike Basic'
e se consolida no segmento

12

CAPA - Seguro rural
é aliado dos produtores
durante a pandemia



20

Placas Fotovoltaicas:
Novo mercado para corretores de seguros

28

Seguro automóvel PCD
tem mercado em expansão

29

CQCS abre ciclo de palestras
do ITC Global em pré-conferência

- 9 Pandemia traz inovação e novos produtos à saúde
- 11 Susep divulga lista com startups que poderão criar seguros inovadores
- 16 PIX: Agilidade e inovação em tempos de crise
- 18 Vai e Vem do Mercado
- 22 Teste Oncotype DX evita quimioterapia em mulheres com câncer de mama
- 30 Startup Uberlandense é uma das selecionadas no Sandbox Regulatório
- 30 MAG Seguros anuncia lançamento de nova companhia, a Simple2u

Omint avança no debate sobre telemedicina e saúde digital

Planos com investimento a longo prazo são flexíveis, com opções para vários perfis de beneficiários

Durante a semana do dia 15 de outubro, a Omint esteve presente no evento Global Summit Telemedicine & Digital Health, representada pelo seu diretor Médico Técnico, Dr. Marcos Loreto, no painel “Telemedicina e Saúde Digital: Experiência e Visão das Operadoras de Saúde”, com a palestra “Telemedicina como ferramenta de logística para o acesso e cuidado em tempos de pandemia”.

O debate online, promovido pela Associação Paulista de Medicina (APM), abordou o fortalecimento da telemedicina como plataforma logística que colabora com a agilização do atendimento e triagem dos pacientes para um encaminhamento mais assertivo. Outro tema das discussões foi a estruturação de um ecossistema de saúde conectada, com a participação da academia, atendendo às necessidades e anseios da sociedade, aderente às normas estabelecidas pelo governo e também permitindo acesso da iniciativa privada, a fim de garantir eficiência, segurança, sustentabilidade, qualidade e humanização do atendimento prestado pela telemedicina.

Desde o início da pandemia, a empresa, contabilizou um aumento exponencial dos atendimentos por telemedicina, chegando a mais de 18 mil interações não presenciais.



Dr. Marcos Loreto,
diretor Médico Técnico na Omint

“Além da teleconsulta e da teleterapia, o atendimento telefônico também sofreu um boom. Partimos de uma série histórica na casa de 150 atendimentos por mês e, com o surgimento da pandemia, nossos números de atendimento telefônico tiveram um aumento médio de 306%”, explica Dr. Marcos Loreto, diretor Médico Técnico da Omint.

A companhia também otimizou sua gestão de tempo e recursos para proporcionar conforto ao paciente na tomada de decisão, por meio de treinamentos com a equipe médica e da digitalização dos processos e consultas. “Os índices da pesquisa de satisfação comprovam o quanto esse suporte é necessário. Em mais de 94% dos casos, os pacientes usariam novamente o serviço. Isso nos deixa ainda mais confiantes sobre como a telemedicina irá trilhar no futuro”, declara Loreto.

Gestão da saúde e orientação qualificada – Ao falar sobre as ações estratégicas diante da pandemia, Loreto ressaltou a criação do Comitê de projetos em parceria com os principais diretores e médicos de prestadores Omint, a fim de levar informação embasada sobre a Covid-19 e orientar a população e gestores de RH sobre as medidas de mitigação de risco de contágio. “Produzimos e divulgamos diversos conteúdos, lives e vídeos com esses especialistas de forma gratuita e aberta para apoiar a população. Também começamos um projeto específico para prestar consultorias junto às empresas clientes neste momento e lançamos guias com orientações sobre retomada do trabalho presencial para gestores de RH e colaboradores”, explica.

Já ao expor experiências bem-sucedidas em saúde digital, Loreto abordou o case do Dr. Omint Digital e a criação do Checklist Covid dentro do aplicativo Minha Omint. “Trata-se de um questionário que funciona com o apoio da inteligência artificial e de algoritmos pré-definidos para apoiar pacientes e médicos na tomada de decisão e na avaliação de sinais e sintomas”, explicou, acrescentando: “Desta forma, agilizamos o encaminhamento médico e a análise dos dados para uma orientação, feita pelo próprio médico do paciente ou pelo time Omint de telemedicina. Ou até mesmo por meio do cadastro de telefone para que, em até 60 minutos, um médico de plantão da orientação telefônica, retorne à ligação para orientar o paciente”, conclui.

Por fim, Loreto ressaltou a importância de promover monitoramento remoto e suporte ao cuidado à saúde de pacientes por meio de dispositivos móveis, com acompanhamento em tempo real. “Nosso foco é ampliar esse cuidado médico, com recursos interativos digitais seguros para que a telemedicina se estabeleça ainda mais no cenário pós-pandemia”, completou.



Grupo Bradesco Seguros divulga resultados do terceiro trimestre de 2020

Resultado Operacional cresceu 4,3% em relação a igual período de 2019

O Grupo Bradesco Seguros registrou crescimento de 4,3% em seu Resultado Operacional no terceiro trimestre de 2020, em comparação com o mesmo período de 2019. Dentre os fatores que influenciaram esse desempenho, destacam-se os Prêmios Ganhos, que evoluíram 10,5% no terceiro trimestre em relação ao período anterior, alcançando R\$ 11,4 bilhões, o que marca o retorno ao patamar observado no terceiro trimestre do ano passado. Vale ressaltar, ainda, o aumento do Resultado Financeiro em 21,4% ante o segundo trimestre de 2020.

A melhora do faturamento, associada ao recuo da rubrica Outras Despesas Administrativas, favoreceu o Índice de Eficiência Administrativa do Grupo Segurador, que atingiu sua melhor marca histórica no terceiro trimestre de 2020: 3,7%. No comparativo dos nove meses, o índice apresentou estabilidade em 4,2% – patamar já bastante adequado à operação da companhia –, enquanto todos os demais indicadores de desempenho apresentaram melhora.

As provisões técnicas cresceram 3,5%, para R\$ 279,2 bilhões, correspondentes a cerca de um quarto de todo o mercado segurador brasileiro. Já os ativos garantidores dessas provisões evoluíram 2,2%, chegando a R\$ 312,8 bilhões. Outro dado relevante, no comparativo dos últimos 12 meses, foi a evolução de 4,3% na quantidade de Segurados, Participantes em Previdência e Clientes de Capitalização, que alcançou 29,8 milhões.

Com relação ao Lucro Líquido, apesar da melhora dos indicadores de desempenho, foram registradas quedas na comparação entre os terceiros trimestres e no acumulado do ano, impactadas pelo recuo do Resultado Financeiro, decorrente da influência dos índices econômico-financeiros sobre o desempenho das aplicações financeiras e da manutenção de provisões adicionais, como medida prudencial para fazer frente à pandemia da Covid-19.

Para facilitar e simplificar o atendimento aos clientes, o Grupo Bradesco Seguros lançou novos produtos e intensificou os investimentos em tecnologia e inovação, visando

à evolução de seus canais digitais, cujas vendas cresceram 46% no trimestre em relação ao mesmo período de 2019, englobando 11 produtos comercializados 100% online.

A Bradesco Saúde expandiu sua linha de planos regionais, com os lançamentos dos Efetivos Campinas, Paraíba, Ceará, Piauí e Potiguar. Ao todo, o produto está disponível em 12 estados e no Distrito Federal, reunindo cerca de 70 mil beneficiários. Engajada desde o início da pandemia em ações voltadas ao bem-estar e à comodidade de seus beneficiários, a empresa realizou 45 mil videoconsultas desde o início do funcionamento de seu serviço de atendimento remoto – o Saúde Digital –, com taxa de resolutividade de 80%.

Em Previdência, a Bradesco Vida e Previdência lançou uma nova grade de fundos geridos em conjunto com a Bradesco Asset Management (BRAM), abrindo opções para a diversificação da carteira de investimentos de clientes com diferentes perfis e tolerância a risco. Além disso, ampliou os canais digitais e aplicativos disponíveis aos gerentes para vendas online, incluindo ferramenta específica para mobile e assinatura eletrônica por biometria. No segmento Vida, a empresa disponibilizou aviso de sinistro 100% digital para todas as coberturas e contratos, simplificando e agilizando processos.

Tendo em vista a proteção do trabalho à distância, a Bradesco Auto/RE aprimorou as coberturas para atividades comerciais na residência, seguros para equipamentos mais sofisticados instalados nas casas e seguro empresarial, com contratos exclusivos para microempreendedores, assim como extensão das proteções para máquinas, móveis, utensílios, mercadorias e desastres naturais.

No campo digital, a companhia agregou funcionalidades a seu aplicativo Assistência Dia & Noite e ao Bradesco Corretor, visando agilizar ainda mais o trabalho desse profissional, que também foi objeto de uma série de lives promovidas pelo Grupo Segurador com foco no cenário da pandemia, abordando temas como capacitação em ambiente virtual, gestão emocional e novos caminhos para a oferta de seguros.



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!



Argo Seguros lança o **‘Bike Basic’** e se consolida no segmento



Produto abrange os modelos mais simples, com valor entre R\$ 300 e R\$ 5 mil, com coberturas reduzidas

A Argo Seguros acaba de lançar o ‘Bike Basic’, um produto para os modelos mais simples, com valor entre R\$ 300 e R\$ 5 mil. Com coberturas reduzidas, apenas para roubo e furto qualificado, ele é mais acessível e pode ser contratado a partir de R\$ 75 por ano.

“A criação do Bike Basic segue uma estratégia de oferecermos um amplo leque de produtos para os nossos segurados. Como os demais possuem cobertura completa, optamos pela criação de um seguro mais simples, para quem não precisa de tanta cobertura ou mesmo assistências”, explica Daniel Camargo, Coordenador de Property da Argo Seguros.

Os outros seguros que a companhia oferece – Seguro Bike, Bike Elétrica, e Bike Mulher – são voltados para modelos entre R\$ 1.500 e R\$ 75 mil; protegem contra roubo e furto qualificado, bem como acidentes e danos causados a terceiros (Responsabilidade Civil); além de contar com assistências exclusivas.

A diferença entre eles está na proteção específica ao modelo ou nos serviços de assistência. Por exemplo, enquanto o Seguro Bike é direcionado para bicicletas convencionais, o seguro Bike Elétrica é voltado para os modelos com potência nominal de até 800 watts. Porém, ambos oferecem as mesmas assistências, ou seja, serviços básicos de Assistência Residencial como chaveiro, mão de obra elétrica e hidráulica, desentupimento de tubulação e caixa de gordura, entre outros.

Já o Bike Mulher oferece assistências exclusivas, como Assistência Pessoal Nutriline (perfil alimentar, modelo de cardápio e nutrição diárias); Inspeção Kids (Revisão de instalação elétrica, Instalação Telas e grades na janela, Troca de tomadas e interruptores, Fixação de quadros, prateleiras, persianas, varal, kit de banheiro e varão de cortina); Orientação Psicossocial e Personal fitness com profissionais formados em Educação Física, para melhor condicionamento e qualidade de vida.

“A estratégia de sub-segmentação de nossos produtos vai de encontro com nossa visão de atender a nova demanda dos consumidores, uma vez que cada cliente quer sentir que tem um produto feito sob medida”, afirma Newton Queiroz, CEO e presidente da Argo Seguros. “Além disso, o Bike Basic é outro passo em nossa busca por inclusão social, através da proteção de seguro, e aumento de penetração de produtos que sejam efetivos no dia a dia da sociedade”, completa.

Daniel Camargo,

coordenador de Property da Argo Seguros

Pandemia traz inovação e novos produtos à saúde

Bradesco Saúde usou o período para lançar produtos, expandir serviços e reforçar a telemedicina

O ano de 2020 foi repleto de desafios. O processo de aceleração das tecnologias fez as empresas pensarem em novas ideias e produtos que pudessem mudar o mercado e, principalmente, trazer inovação. A pandemia de covid-19, que se instalou no Brasil em março, e o decreto de isolamento social fez alguns serviços se readequar. Exemplo da do atendimento médico que foi para o remoto com a telemedicina, liberada pelo Conselho Federal de Medicina – CFM, para uso durante o período.

A telemedicina chegou a ser aprovada em fevereiro de 2019, e passou a permitir consultas, diagnósticos e até cirurgias a distância. Porém, médicos associados ao CFM começaram a questionar a determinação e os meios de atendimento, até que a resolução 2.227/2018 foi revogada, visando uma melhor discussão.

Neste ano, a liberação foi pelo período da pandemia, para evitar aglomerações nos hospitais e aumento do contágio da covid-19, e deu muito certo. Na Bradesco Saúde des-

“Observamos uma mudança no comportamento dos beneficiários na adesão às plataformas digitais. Além do uso cada vez maior da telemedicina como fonte de orientação médica e tratamento de eventos simples, a adesão de novos segurados às nossas plataformas foi muito significativa”



Anderson Mundim,

Superintendente Executivo Regional
de Organização de Vendas da Bradesco Saúde

“A regionalização permite trabalhar particularmente cada localidade, de acordo com as demandas da população. O produto regionalizado se baseia na parceria com prestadores de referência em cada lugar, fruto de um modelo de negociações, buscando maior previsibilidade dos custos.”

de o lançamento da consulta a distância, já foram cerca de 140 mil atendimentos realizados por vídeo e por telefone. Desse total, mais de 61 mil vídeo-consultas com médicos pelo aplicativo. Em relação à efetividade do serviço, 88,5% dos atendimentos foram resolutivos, ou seja, não houve necessidade do beneficiário ser encaminhado a um pronto atendimento.

“Observamos uma mudança no comportamento dos beneficiários na adesão às plataformas digitais. Além do uso cada vez maior da telemedicina como fonte de orientação médica e tratamento de eventos simples, a adesão de novos segurados às nossas plataformas foi muito significativa”, relata Anderson Mundim, Superintendente Executivo Regional de Organização de Vendas da Bradesco Saúde.

Ele ainda conta que cerca de 30% dos beneficiários utilizaram a plataforma mais de duas vezes, caracterizando uma fidelização a modalidade. “Outro exemplo de mudança de hábitos em razão da tecnologia ocorreu no processo de reembolso. Antes da pandemia, o meio digital era a preferência de 45% dos nossos usuários. Após a pandemia, o número subiu para 95%, e considerando o nível de satisfação, se manterá nesse patamar daqui para frente”, ressalta Mundim, sobre o crescimento da preferência digital dos consumidores.

Novidades e competitividade

Outras inovações trazidas pela Bradesco Saúde foram os planos regionais. Iniciadas no ano passado, se expandiram no nordeste do país neste ano, em parceria com grandes hospitais de referência das regiões. “A regionalização permite trabalhar particularmente cada localidade, de acordo com as demandas da população. O produto regionalizado se baseia na parceria com prestadores de referência em cada lugar, fruto de um modelo de negociações, buscando maior previsibilidade dos custos, redução de desperdícios de recursos e a expectativa de reajustes menores nas mensalidades para o beneficiário final”, explica o executivo. Ele ainda diz que, o Grupo buscou oferecer produtos mais competitivos para ampliar o acesso, ainda mais durante a pandemia em que a saúde foi mais valorizada.

A Bradesco Saúde e Mediservice lançaram, em setembro, o Programa Atenção Primária à Saúde em Florianópolis. A capital catarinense foi a primeira região a receber o programa, que conta com a parceria da Clínica APS, coordenada pela Qualirede, especializada no serviço, com equipe de médicos de família e enfermeiros. O objetivo é oferecer cuidado integrado aos 30 mil beneficiários na região, buscando a prevenção de doenças, promoção à saúde e melhores desfechos clínicos nos tratamentos.

Em outubro a operadora foi uma das selecionadas pela Agência Nacional de Saúde Suplementar (ANS) para participar do Projeto Cuidado Integral à Saúde, que conta com a parceria do Institute for HealthCare Improvement (IHI), da Sociedade Brasileira de Medicina de Família e Comunidade (SBMFC) e do Hospital Alemão Oswaldo Cruz (HAOC). A iniciativa faz parte do Programa de Certificação de Boas Práticas em Atenção à Saúde, criada pela agência para incentivar a prática de programas de Atenção Primária à Saúde (APS) no setor de saúde suplementar.

O Projeto é uma fase preparatória para a solicitação da certificação em APS. Ao todo, 47 instituições se inscreveram para participar, sendo selecionadas 19 operadoras e uma entidade representativa de operadoras. Segundo a agência, a seleção considerou a área geográfica do projeto, o porte, a modalidade da operadora, a rede disponibilizada, o esforço no desenvolvimento do projeto, a capacidade de ampliação da cobertura da APS e o impacto futuro.

“Ter sido selecionado para participar desse programa foi um importante reconhecimento do trabalho que a Bradesco Saúde vem realizando em prol de uma assistência de excelência, buscando sempre a melhoria de nossos serviços. A revisão do modelo assistencial é uma das principais transformações no mercado e a adoção do atendimento primário resolutivo e eficaz faz parte da estratégia da seguradora, que tem se traduzido em maior valor para nossos beneficiários”, finaliza Mundim.



Portal Nacional de Seguros

www.segs.com.br

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

Susep divulga lista com startups que poderão criar **seguros inovadores**

Empresas
terão licença de
seguradora por
três anos para
criar novos
produtos e
serviços

A Superintendência de Seguros Privados (Susep) divulgou o resultado da seleção de empresas de tecnologia focadas em seguros (insurtechs em inglês) para sua experiência de Sandbox Regulatório. O Sandbox Regulatório é um ambiente controlado para testes de inovações e tem como objetivo flexibilizar os requisitos legais para novas seguradoras. As empresas selecionadas terão uma licença de seguradora, válida por três anos. Neste período elas poderão testar produtos, serviços e modelos de negócios inovadores.

O foco principal da iniciativa são produtos massificados e de curto prazo. Seguros complexos como previdência, resseguros ou grandes riscos não poderão ser criados pelas empresas selecionadas. As onze startups selecionadas foram: 88i.io, Coover, Emotion, Flix, Iza, Komus, Mag, Pier, Split Risk, Stone e ThinkSeg.

Segundo Rodrigo Ventura, fundador da insurtech 88i “antes do sandbox tínhamos que adaptar os produtos de seguradoras tradicionais para oferecer aos nossos clientes. Este processo pode ser muito demorado e caro. Agora poderemos criar seguros de forma mais eficiente e totalmente focado no que os clientes precisam”. A startup que hoje oferece seguros de celular aos clientes de empresas como Picpay, 99 e Alligator se propõe criar produtos para atender a dois mercados. O primeiro são bancos digitais e fintechs que passam a poder oferecer seguros diversos a seus clientes.

O segundo mercado são as empresas de delivery e entregas, que poderão cobrir perda de renda dos seus entregadores parceiros que adoecem ou fazer a cobertura de danos a aparelhos celulares usados pelos trabalhadores, por exemplo.

A iniciativa da Susep é uma das pioneiras no mundo. Hoje poucos países como Cingapura, Austrália e China se utilizam de sandbox para incentivar a inovação no mercado financeiro.

Além da iniciativa em seguros, o Brasil também possui programas para incentivar inovação em investimentos, liderado pela Comissão de Valores Mobiliários (CVM) e há também uma iniciativa do Banco Central para fomentar inclusão financeira.



Seguro rural é aliado dos produtores durante a pandemia

Setor foi ajudado pelo agronegócio, um dos únicos setores que registraram crescimento durante o período

Diferente de diversos setores que tiveram suas atividades paradas devido a pandemia de covid-19, a agropecuária continuou os trabalhos e seu desenvolvimento. O setor é um dos mais importantes da economia, e foi o único a registrar crescimento em 2020, segundo o Centro de Estudos Avançados em Economia Aplicada – CEPEA. O setor cresceu 6,75% no período de janeiro a julho, comparados com o mesmo período do ano passado.

O Diretor do Departamento de Gestão de Riscos do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa), Pedro Loyola, explicou que desde a entrada da Ministra Tereza Cristina, o ministério tem se dedicado ao fortalecimento do Programa de Subvenção ao Prêmio do Seguro

Rural (PSR), que apesar de sua importância não recebeu investimentos crescentes em governos anteriores, mantendo historicamente apenas 10% da área agrícola com cobertura securitária. “O principal desafio é conseguir previsibilidade e aumento do orçamento do programa, que ajuda o produtor rural a se manter na atividade com renda estável, pois mesmo nos anos de recordes de produção, muitas regiões têm sofrido com os problemas climáticos”, ressalta.

A região Sul do país enfrentou graves problemas climáticos em 2020. A seca que o Rio Grande do Sul enfrentou entre dezembro de 2019 e maio de 2020, causou prejuízos para a agricultura de cerca de R\$ 36,1 bilhões a economia do estado, segundo a Federação da Agricultura do Estado do Rio Grande do Sul (Farsul).



“O principal desafio é conseguir previsibilidade e aumento do orçamento do programa, que ajuda o produtor rural a se manter na atividade com renda estável, pois mesmo nos anos de recordes de produção, muitas regiões têm sofrido com os problemas climáticos”

Pedro Loyola,
Diretor do Departamento de Gestão de Riscos do MAPA

O ciclone bomba, ocorrido em Santa Catarina, em junho deste ano, deixou prejuízos que passam de R\$ 588,3 milhões no meio rural e pesqueiro, segundo levantamento da Empresa de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural de Santa Catarina (Epagri). No mesmo período uma chuva de gafanhotos se aproximava da região, podendo causar ainda mais danos.

Apesar do ano atípico pela pandemia e dos problemas enfrentados pela mudança do clima, o setor deve bater recordes de produção, chegando a 268,6 milhões de toneladas de grãos, conforme boletins da Companhia Nacional de Abastecimento – CONAB. Para Jorge Eduardo de Souza, diretor comercial da Unica Agro corretora de Seguros Ltda, o bom resultado encontrou um mercado internacional aberto a comprar. “E que foi e está sendo turbinado pelos países asiáticos, principalmente a China que já responde sozinha por mais 60% das nossas exportações de grãos”, completa.

O diretor da Unica ainda explica que, a boa demanda elevou os preços globais, mas que a defasagem cambial brasileira foi o que mais favoreceu os preços recebidos pelos produtores. “Como exemplo dessa alta de preços, a Soja estava em menos R\$ 80,00/Sc no início de 2020, e hoje já se encontra produtores vendendo até por mais de R\$ 160,00, e muitos acham que ainda há espaço para crescimento desse preço. Já o Milho, saiu de uma média R\$ 35,00/Sc e hoje supera os R\$ 60,00, e em algumas

regiões já tem consumidores pagando mais de R\$ 80,00 pelo saco desse cereal”.

Os números devem incentivar mais ainda o mercado, aumentando a demanda por insumos e equipamentos agrícolas. Para Souza, “também deve aumentar o consumo das famílias que fazem o agro porteira adentro”, que tem um efetivo que se aproxima 19 milhões de trabalhadores. Segundo a OCEPAR, esses trabalhadores entregaram nessas porteiras um valor básico de produção de R\$ 723,4 bilhões e a safra em curso deve atingir 806,6 bilhões.

Penetração do Seguro Rural

Apesar dos bons números do agronegócio, o seguro rural ainda tem baixa penetração. Historicamente, o seguro cobre apenas 10% dos plantios brasileiros. Durante o início da pandemia de covid-19, em que foi decretado o fechamento de bares, restaurantes e diversos comércios, assim como, a implementação do home office, o setor do agronegócio, inicialmente, foi impactado, o que mais sofreu foi o de flores. Segundo Loyola, “houve aumento no consumo nos domicílios, nos supermercados e houve um crescimento na abertura de estabelecimentos nos bairros. Assim como, significativo crescimento na venda de refeições por aplicativos”.

De acordo com a base de outubro do “Atlas do Seguro Rural”, do MAPA, os seguros foram fundamentais para amparar os mais de 90 mil produtores, sendo quase 70% deles da região Sul do país. Loyola diz que, não são todas as atividades que têm perfil e demanda para seguro. “Tem produtores de algumas regiões com risco climático baixo”, explica. Ele ainda conta que o investimento no setor tem crescido no comando da atual Ministra. “De 2015 a 2018, o seguro rural sofria com contingenciamentos e cortes de orçamento. E o valor orçado pelo Governo Federal não chegava totalmente ao agricultor”, relata. O diretor do Ministério da Agricultura diz que a produção do setor cresceu, mas esse programa de seguro não acompanhou.

Os grãos tiveram aumento no preço de exportação e para o consumidor, o óleo de soja teve um aumento de 19%



Jorge Eduardo de Souza,

diretor comercial da Unica Agro
corretora de Seguros Ltda



Pedro Loyola,

Diretor do Departamento de Gestão de Riscos do MAPA

até setembro, segundo o Índice de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA). Para Wady Cury, Diretor Técnico de Agronegócios na Sancor Seguros, esses aumentos decorrem do valor de commodities e da variação cambial. “Isso afeta, não só a macroeconomia como um todo, mas também o custo do seguro agrícola, da seguinte maneira: o prêmio, custo do seguro agrícola, decorre da multiplicação de uma taxa de risco sobre o valor segurado, que por sua vez é calculado em função da produtividade segurada. Outro fator que afeta o valor segurado é o custeio de plantio por hectare da soja, por exemplo, que aumentou de cerca de R\$ 2 mil para R\$ 3 mil. Com esta alta do valor segurado, o agricultor vai ter a impressão de que está pagando mais prêmios, quando na verdade, a taxa de risco é a mesma”, explica.

O executivo relata que, no início da pandemia, as empresas de seguro tiveram que se readaptar ao novo modelo de trabalho, com a impossibilidade de enviar peritos ao campo. “A colheita tinha que ser feita a que custo fosse. Redesenhamos essa logística para a verificação dessas áreas, trazendo um olhar de confiança. Além disso, entendemos que existe uma correlação entre os riscos: basta avaliar as propriedades que estão nas mesmas regiões

“E que foi e está sendo turbinado pelos países asiáticos, principalmente a China que já responde sozinha por mais 60% das nossas exportações de grãos”

Jorge Eduardo de Souza,
diretor comercial da Unica Agro
corretora de Seguros Ltda

“O desafio será entender como trazer os agricultores para o polo do seguro, com a consciência de que terão amparo para terem estabilidade que, além das intempéries climáticas, cobrem variações de commodities e câmbio, afinal muitos produtos são fixados em moeda estrangeira, principalmente o dólar”

Pedro Loyola,
Diretor do Departamento de Gestão de
Riscos do MAPA

mesoclimáticas, suscetíveis aos mesmos riscos e, quando se tem o mesmo evento, obviamente, todas as lavouras seguradas reclamam suas perdas igualmente”, conta.

Ele ainda destaca a importância da tecnologia durante esse período e, que o covid-19 trouxe uma quebra de paradigmas. “Podemos descobrir um novo universo, uma nova forma de se relacionar e de praticar uma gestão compartilhada de risco”, diz.

Cury ainda compartilha que a subvenção ao prêmio do seguro rural liberada pelo Governo de R\$881 milhões para o setor para o ano de 2020, teve como premissa básica atender as reais necessidades de gestão dos riscos no campo e não deixar de atender às crescentes demandas. “Esse valor induziu muito a contratação de seguros, e, ao final das contas, se transformou em um grande desafio para as seguradoras, bem como para o governo, para que o mesmo fosse utilizado em sua integralidade. Isto trouxe um crescimento muito forte na contratação de seguros, que hoje está presente em 20% da área plantada. Outro ponto é que o agronegócio representa 25% na balança comercial, com um papel fundamental na macroeconomia brasileira”, conta o executivo.

Investimento no mercado

O Diretor ainda relembra sobre o orçamento aprovado para 2021, de pelo menos R\$ 1,065 bilhão, e ressalta que isso trará mais trabalho e oportunidades as seguradoras. “O desafio será entender como trazer os agricultores para o polo do seguro, com a consciência de que terão amparo para terem estabilidade que, além das intempéries climáticas, cobrem variações de commodities e câmbio, afinal muitos produtos são fixados em moeda estrangeira, principalmente o dólar”, explica.



Wady Cury,

Diretor Técnico e Agronegócios na Sancor Seguros

Já Loyola conta que o Ministério está trabalhando no fomento da capacitação de novos peritos e corretores, visando parcerias para cursos à distância. “A ideia é que instituições privadas e públicas, ou até mesmo as Companhias Seguradoras ofereçam cursos do básico ao avançado para a formação de novos peritos. Esse curso, já temos o material básico, deve estar disponível nos próximos meses”, conta. O diretor do Ministério ainda ressalta que está sendo discutido com as entidades um modelo de certificação dos profissionais que trabalham com o seguro rural.

Para Cury é preciso entender que cada região tem um clima e, que o seguro tem que abranger a todos. “Para haver crescimento é preciso conhecer a tipologia da agricultura brasileira. É importante que, cada vez mais, as companhias seguradoras, e também os corretores, dominem a cultura do seguro agrícola, pois somente assim esta equação estará perfeita e em pleno funcionamento tal como deseja a nossa constituição”, opina.

Já para Souza, o seguro agrícola ainda tem nomenclaturas que não abrangem todos os públicos. “A complexidade e diversidade das condições gerais das apólices de seguros, e com uma linguagem personalíssima a fazem

ininteligíveis para a maioria dos contratantes, principalmente nos canais predominantes na distribuição desses seguros”, explica. Ele ainda acredita que, a subvenção é necessária para a evolução dos seguros, mas o modelo atual de acesso a essa subvenção ainda precisa de ajustes. “O incentivo inversamente proporcional ao tamanho, tem atraído mais os pequenos e médio produtores, e afastado os grandes. Por isso o mercado está crescendo, mas formando um grave e crescente ciclo vicioso”, explana.

As expectativas para 2021 permanecem altas, ainda mais com o adequado investimento do Governo Federal. Cury diz que apesar do alto valor, vai ser difícil desenvolver o mercado devido a cultura anterior de valores disponíveis. “Os valores oscilavam e agora caminham, de forma crescente, para estabilidade”, explica. “O que nos cabe agora é fazer um plano de negócios e poder customizar produtos de acordo com as reais necessidades de cada cultura e de cada rincão deste continente chamado Brasil”, ressalta.

“Vai ser um ano desafiador porque tudo que foi feito em 2020, foi a reinvenção: tivemos que aprender a vender seguro e gerir os riscos à distância. Todos os segmentos ganharam um novo modelo de negócio e, apesar de toda a incerteza sobre a pandemia, vejo um 2021 com enormes possibilidades de crescimento e de superação”, diz otimista.

“Um dos requisitos para um mercado maduro está na previsibilidade dos fatores, enquanto não tivermos uma política agrícola estável, de longo prazo, clara e objetiva, fica difícil atrair investidores. Pelo lado dos consumidores, a forma da contemplação com a subvenção também não é clara, nem objetiva e nem segura, visto que o seguro é contratado sem a certeza dessa contemplação”, ressalta Souza.

Para o corretor, os seguros agrícolas representam apenas a porta de entrada no segmento dos agronegócios, visto que a cadeia é a mais promissora fonte de oportunidades para o crescimento do mercado nacional de seguros, seguida pelos seguros B2C. “Esses dois segmentos tem capacidade para dobrar o volume atual de prêmios nacionais, mas isso requer conhecimento das características e necessidades desses setores, competências e ousadia para avaliar e criar a inovação que prescinde esse mercado, apetite investidor e velocidade das respostas pelo menos próxima daquela que se nota na evolução do agro nacional”, finaliza.

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



PIX: Agilidade e inovação em tempos de crise

Funcionalidade começou a valer no dia 16 de novembro e pretende revolucionar o mercado financeiro

O PIX, meio de pagamento eletrônico, foi anunciado oficialmente em 5 de outubro de 2020, e começou a funcionar no dia 16 de novembro. No primeiro dia, mais de 1 milhão de transações foram efetuadas e alguns clientes chegaram a reclamar da demora ou não transferência. A tecnologia pretende revolucionar as formas de pagamento existentes. Com o DOC ou TED o pagamento pode levar algumas horas ou dias, com o PIX a transferência será instantânea, gastando apenas 10 segundos, a depender do horário em que for efetuada.

Para cadastrar é necessário escolher qual chave você irá usar, podendo ser o CPF/CNPJ, o celular, o e-mail, ou a chave aleatória, que é um código alfanumérico (formado por números e letras) gerado pelo sistema do aplicativo do banco. Quando for receber uma transferência é só informar a chave escolhida e em instantes o dinheiro estará na sua conta.

Além do tempo, os valores são bem competitivos. O presidente do Banco Central, Roberto Campos Neto, disse que não haveria tarifas para pessoa física, exceto quando



for fazer um PIX e utilizar o canal de atendimento presencial ou pessoal da instituição, inclusive por telefone, quando estiverem disponíveis meios eletrônico ou ao receber no caso de finalidade de compra, em contrapartida a atividades comerciais, a exemplo de vendedores pessoas físicas que recebem Pix em contrapartida à venda do produto ou serviço.

Para os microempreendedores individuais (MEIs) e empresários individuais aplicam-se as regras de pessoa física. Já para pessoa jurídica, incluindo Empresa Individual de Responsabilidade Limitada (EIRELI), será taxado o serviço conforme definir a instituição detentora da conta do cliente, podendo cobrar tarifa em decorrência de envio e de recebimento de recursos, com as finalidades de transferência e de compra.

Para Marcelo Pires, sócio-diretor da Neotix, consultoria de transformação digital, o PIX pode ajudar na evolução dos serviços financeiros. “Isso trará menos custo operacional, melhor controle e potencializará os melhores serviços financeiros”, opina. Ele ainda diz que pode prejudicar os serviços já existentes, como o Cartão de Crédito, Ted e Doc. “É possível que as taxas de maquininhas de cartão de crédito se tornem mais competitivas”, ressalta.

Durante a pandemia muito se falou em transformação digital, e apesar do avanço que as empresas fizeram, ainda há um caminho longo a ser percorrido. Pires acredita que a chegada dessa nova facilidade ajudará diversos setores da economia. “Em questão de segundos, será possível fazer uma transferência para um amigo, um profissional autônomo ou um estabelecimento comercial, mesmo entre bancos diferentes. Pagar uma conta ou um tributo, ou utilizar um benefício social serão ainda mais ágeis e terão menos restrições”, explica o sócio - diretor.



Marcelo Pires,

sócio-diretor da Neotix, consultoria de transformação digital



TROFÉU GAIVOTA DE OURO 2020

DIAS 15 E 16 DE DEZEMBRO DE 2020

NO CANAL YOUTUBE DA
REVISTA SEGURO TOTAL



ESCANEE O QR CODE
COM A CÂMERA DO SEU CELULAR E
ACESSE NOSSO CANAL NO YOUTUBE

Alex Martins é o novo head de Tecnologia da Rede Lojacorr

Profissional assume o desafio de trazer a visão aprofundada do negócio para a equipe e apoio no desenvolvimento do time

O time de Tecnologia da Rede Lojacorr ganhou em outubro um novo head, Alex Martins. De sorriso fácil e ouvidos atentos, Martins aprendeu tudo o que sabe de seguros na Lojacorr, uma carreira que começou há 13 anos no departamento de Cadastro, passou por várias atividades até chegar na Gerência de Operações. Após 10 anos, foi convidado pela diretoria a desenvolver a Área de Relacionamento com as Unidades, onde foi recebido por unidades e corretoras do Brasil inteiro. Com essa experiência, o gestor teve a possibilidade de conhecer de perto as necessidades e anseios dos parceiros. Depois de dois anos, Martins assumiu o Departamento de Planejamento Comercial, Comunicação e Marketing, criando novas áreas no setor, tais como: Negócios e Canais, Experiência do Cliente e Pré-venda (SDR) e a ampliação da área de Relacionamento. Uma atuação que durou pouco mais de um ano até receber o novo desafio de responder pelo time de Tecnologia.

Alex Terra é o novo executivo de contas da Sancor Seguros no MS

Profissional foi apresentado oficialmente ao time por meio de uma live, realizada na última semana

Alex Terra é o novo executivo de contas da Sancor Seguros no Mato Grosso do Sul. O profissional chega à equipe com a missão de ampliar a atuação da seguradora naquela região, com foco nos produtos Auto, Residencial, Vida, Empresarial e Condomínio. Entre as estratégias para alcançar o objetivo, estão o fomento de parcerias e o alinhamento com corretores que atuam no local, reforçando os valores da companhia. Bacharel em Direito e natural de Campo Grande (MS), Terra tem 33 anos. Promissor, o jovem iniciou sua trajetória no mercado segurador aos 24 anos, em 2011, e em 2018, assumiu a gerência da Sicredi, instituição financeira cooperativa do Brasil.

AXA no Brasil anuncia executivo de contas em Londrina – PR

Seguradora, que tem um forte trabalho em massificados no Rio Grande do Sul e Santa Catarina, mira o Paraná para fortalecer sua presença no Sul.

Como parte da estratégia de expansão de sua atuação no Sul, a AXA no Brasil anuncia a chegada de um executivo de contas para atendimento dedicado na região de Londrina e Maringá, no estado do Paraná. Marcelo Juliani, que tem mais de 15 anos de experiência no mercado, atenderá remotamente a cidade e região. A chegada do executivo no Paraná é parte de uma série de iniciativas para ampliar a presença da companhia na região, que tem um grande potencial de crescimento para a AXA. A seguradora, que atua fortemente na linha dos produtos massificados (Empresarial e Condomínio), especialmente no Rio Grande do Sul e Santa Catarina, vem investindo em parcerias estratégicas, novas linhas de produto, expansão comercial e ações de relacionamento para fortalecer sua presença no Sul.

Generali Brasil tem novo Diretor de Finanças e Controle

Karim Ajroud atua desde 2015 no Grupo, tendo sido CFO na Generali Global Health, em Londres

Karim Ajroud é o novo Diretor de Finanças e Controle da Generali Brasil. O executivo atua desde 2015 no Grupo Generali, tendo sido CFO na Generali Global Health, em Londres, até o início deste ano. Em sua trajetória profissional, Karim atuou em grandes multinacionais fora do país, como Ideal Standard International NV, AstraZeneca e Deloitte. Formado em Economia, com Mestrado em Finanças, o novo Diretor atuará voltado para o crescimento sustentável da empresa, por meio da gestão de novos investimentos, da manutenção do controle dos custos e da implementação do plano estratégico de suporte às necessidades do negócio. "Lifetime Partner é a estratégia que alia o desenvolvimento da Generali, em termos de entrega de produtos, às necessidades de nossos clientes, maximizando o valor de longo prazo para nossa empresa", comenta Karim Ajroud.

Grupo Bradesco Seguros anuncia novo presidente

Por motivos pessoais, Vinicius Albernaz deixa o cargo, sendo substituído por Ivan Contijo

A Bradesco Seguros divulga a nomeação de Ivan Contijo como novo presidente do Grupo Segurador. O executivo assume a posição anteriormente ocupada por Vinicius Albernaz, que por motivos pessoais tomou a decisão de deixar a companhia para assumir novos desafios. Antes de ocupar a posição de presidente do Grupo Bradesco Seguros, Contijo atuava como Diretor Geral da Bradesco Seguros. Nascido no Rio de Janeiro, o executivo carioca atuou ao longo de toda a sua carreira no segmento segurador e de instituições financeiras, posicionando-se assim como um reconhecido especialista no setor.

Grupo Generali anuncia a chegada de Massimiliano Ottochian

Executivo será responsável pela identificação de oportunidades de crescimento rentáveis nos mercados

Massimiliano Ottochian foi nomeado Head de Fusões e Aquisições do Grupo Generali, reportando-se diretamente ao Gerente Geral, Frédéric de Courtois. Ottochian será responsável pela identificação de oportunidades de crescimento rentáveis nos mercados e setores com maior potencial, contribuindo para a consolidação da liderança do Grupo nos setores de seguros e gestão de ativos. Com mais de vinte anos de experiência em operações de fusões e aquisições internacionais, Ottochian exercia desde 2009 o cargo de Diretor Geral do departamento de Instituições Financeiras do Deutsche Bank, onde geriu cobertura para clientes europeus. Anteriormente, ele ocupou um cargo semelhante no UBS.

Jorge Andrés Mejía é nomeado como Presidente da Seguros Sura Brasil

Executivo assumirá o cargo a partir de 1º de dezembro deste ano, após liderar a Seguros Sura Panamá por seis anos

O Conselho de Administração da Seguros Sura Brasil informou na terça-feira, 17, que Jorge Andrés Mejía foi nomeado como o novo Presidente da Seguros Sura Brasil e a partir do dia 1º de dezembro sucederá a Thomas Batt. Jorge Mejía, que faz parte da Suramericana a 26 anos, passou por diferentes cargos, primeiro na Colômbia e nos últimos seis anos como Presidente da Seguros SURA Panamá, onde liderou a evolução da companhia, desde o desenvolvimento de novas soluções, acessos e canais, à consolidação como gestora de tendências e riscos, assim como diversas iniciativas para o crescimento, fidelização e atração de clientes, em diferentes linhas de negócio.

Liberty anuncia novo presidente para sua divisão de Seguros Especiais

Ronald Bolaños é o novo presidente para América Latina e Estados Unidos

O Grupo Liberty Mutual Insurance, junto à sua divisão de Seguros Especiais, a Liberty Specialty Markets (LSM), anuncia Ronald Bolaños como novo presidente para América Latina e Estados Unidos. Bolaños, que atualmente fica alocado em Miami, na Flórida, assume a função imediatamente e será responsável pelo crescimento da LSM na região, liderando a sua equipe no desenvolvimento de soluções especializadas para atender às necessidades dos clientes. Anteriormente, o executivo atuava como diretor de subscrição (Chief Underwriting Officer) da LSM na América Latina. Com a movimentação, Bolaños substitui Alex Montoya, que hoje em dia é diretor de operações da divisão norte-americana da divisão de riscos globais, a Liberty Global Risk Solutions.

MAG Investimentos apresenta novo Diretor Comercial

Fernando Gabriades foi Head of Sales na SulAmérica Investimentos e diretor Comercial no Banco Alfa de Investimentos

A MAG Investimentos, empresa do Grupo Mongeral Aegon, anuncia a chegada de Fernando Gabriades como diretor Comercial. O executivo vem para fortalecer ainda mais a equipe comercial da companhia, respondendo diretamente a Helder Molina, CEO da MAG Seguros. Com mais de 13 anos de atuação no setor financeiro, Gabriades foi Head of Sales na SulAmérica Investimentos e diretor Comercial no Banco Alfa de Investimentos. Formando em Administração de Empresas pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC – SP), possui ainda pós-graduação em Gestão de Negócios pela Fundação Dom Cabral e MBA Executivo pelo Ibmecc-SP.

Mapfre apresenta novo diretor da área de Automóvel

Pedro Pimenta chega à empresa com mais de 20 anos de experiência no segmento automobilístico

A área de Automóvel da Mapfre passa a contar com um novo executivo em sua direção no Brasil. Pedro Pimenta chega à empresa com mais de 20 anos de experiência no segmento automobilístico. Antes de assumir uma das posições mais estratégicas da companhia, o executivo teve passagem de destaque pela AGF/Allianz, onde atuou por mais de 20 anos. Além do vasto know-how de mercado, Pimenta também é especializado em Gestão Empresarial e Administração pela Fundação Getúlio Vargas (FGV). Segundo Pedro Pimenta, o intuito é apresentar ao mercado, em curto prazo, um novo modelo de comercialização do seguro auto. "Serão produtos sem complexidade, de fácil entendimento, conectados a diversas plataformas de distribuição. O nosso conceito é que nossos corretores tenham acesso a MAPFRE de forma ágil e da maneira que preferirem, seja por meio de nosso portal, multi cálculos, APPs, hot sites, entre outros canais", complementa o executivo.



Placas Fotovoltaicas:

Novo mercado para corretores de seguros

Mercado tem registrado rápido crescimento e seguradoras já estão criando novos produtos de proteção

O tema “sustentabilidade” tem sido colocado em pauta e agraciado pela sociedade. Sua importância tem levado ao consumo consciente, isso inclui consumir produtos de empresas que prezam pelo meio ambiente. E, isso tem feito as próprias empresas buscarem meios de se tornarem mais conscientes com o planeta, sendo também influenciadores de comportamentos.

Uma pesquisa realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE, entre 2015 e 2017, mostra que 33,6% (cerca de 39 mil empresas) foram consideradas inovadoras em lançamentos de produtos e serviços, e dentre essas menos da metade (cerca de 15 mil) investiu em sustentabilidade ambiental. Quase 60% das empresas que investiram no sustentável afirmaram que o motivo foi melhorar a reputação institucional. Enquanto que, 54% investiram para se adequar aos códigos de boas práticas ambientais.

A empresas de indústria foram as mais sustentáveis e inovadoras (43,1%), seguida por Eletricidade e Gás (32,8%) e Serviços Seleccionados (21,8%). Ainda segundo o levantamento, apenas 17% dessas empresas investiram em energia renovável.

Mesmo com o mercado ainda pequeno, o setor de energia solar registrou um crescimento de 21,3% no mês de setembro, conforme a Câmara de Comercialização de Energia

Elétrica - CCEE. O investimento ainda é alto, o que pode inibir uma maior adesão, mas por outro lado, ele traz uma economia por cerca de 25 anos na conta de luz, valorizando a marca da empresa e ajudando o meio ambiente.

Durante o dia a placa fotovoltaica é abastecida com a luz do sol, e durante a noite a energia será atendida pela distribuidora de energia local, que funciona como uma bateria de armazenamento. A conta de luz é calculada pelo sistema de compensação, ou seja, toda energia que saiu servirá como desconto para abater a energia que entrou. Quando a saída é maior que a entrada o crédito é acumulado para as próximas contas.

O setor fotovoltaico é uma opção de produção de energia limpa, renovável e sustentável. A energia limpa está entre os “Objetivos de Desenvolvimento Sustentável - ODS”, lançado pela Organização das Nações Unidas - ONU em 2015, que são desafios sociais, econômicos e ambientais para melhorar o planeta até 2030.

Consórcios é opção para aquisição

Com o custo alto há alternativas para contratação, como o consórcio, que tem sido opção para quem não tem pressa, visto que ele não tem prazo de contemplação. No consórcio, mensalmente é pago um valor pré estipulado, de acordo com o produto a ser comprado. Quando o consumidor tem a carta contemplada, o valor pago até então é abatido no valor



Fernando Santana,
CEO Sublime Corretora
de Consórcios

final. O consórcio é parecido com o financiamento, porém não tem juros, tem apenas uma taxa de administração, que custa em média 17%, segundo o Banco Central. Os produtos mais procurados nas cotas são imóveis, carros e motos.

O número de contratação de consórcios aumentou durante a pandemia de covid-19, o crescimento foi de 1, 26 milhão de novas cotas contratadas, totalizando R\$61,26 bilhões em créditos. Fernando Santana, CEO da Sublime Corretora de Consórcios, explica que há duas possibilidades dentro do segmento de consórcios. “Tem a forma de planejamento, em que todos os meses uma cota será sorteada, ou também uma forma mais rápida por intermédio de um lance, que em média os quatro lances maiores são contemplados, de acordo com o saldo”, explica.

“Sendo contemplado no lance o consorciado poderá reduzir o valor das parcelas ou até mesmo o prazo. Vale lembrar que somente serão cobrados os lances das cotas contempladas, se o consorciado não pagar o lance, havendo tempo para a substituição é repassado para quem ficou abaixo dos contemplados no mês”, informa Santana.

O CEO ainda explica que há planos de 50 meses para pagamento, com possibilidades de comercialização em prazos menores de acordo com o perfil do cliente. “Se o cliente tem o hábito de comprar a vista, no consórcio ele não descapitaliza o dinheiro, podendo ser sorteado e ter o valor integral ou dar um lance parcial ao crédito de seu interesse e pagar o restante em suaves parcelas sem juros”, exemplifica.

Os valores variam de R\$ 25 mil a R\$50 mil, podendo ser feitas várias cartas e juntá-las no momento da contemplação. A modalidade está disponível para pessoa física e jurídica, porém, na contratação jurídica o seguro de vida, que cobre morte ou invalidez, não é incluso.

Oportunidades para o mercado segurador

Visando esse mercado que tem grande potencial de crescimento, algumas seguradoras já criaram o seguro para placas fotovoltaicas. A Liberty Seguros possui dois produtos, o Liberty Engenharia Energia Solar e o Liberty Equipamentos Energia Solar.

O Liberty Engenharia Energia Solar foi lançado em 2019, e fornece cobertura das instalações e montagem das estruturas de captação e transformação da energia solar.

Mário Cavalcante, Diretor de Massificados da Companhia, explica sobre as coberturas dos dois produtos que tem disponibilidade para residências e empresas. “A cobertura do Liberty Engenharia é para danos acidentais decorrentes de incêndio ou explosão, danos da natureza, roubo. Já o Liberty Equipamento protege a estrutura completa dos equipamentos de coleta de energia e foi desenvolvido para pessoas e companhias que optam pela energia sustentável”, conta. O produto para Engenharia ainda cobre danos em consequência de erro no projeto, manutenção ampla, equipamentos móveis e estacionários.

“Durante a pandemia, pudemos observar como os consumidores valorizam mais empresas que se posicionam em questões importantes para a sociedade e que contribuem para um ambiente mais sustentável. Por isso, criamos um comitê específico para desenvolver cada vez mais ações sustentáveis que ajudem os nossos clientes e a comunidade como um todo”, compartilha Cavalcante.

Referente ao valor do seguro, o diretor explica como é feito o contrato da apólice. “A Liberty calcula o valor que será segurado pelo produto de Painéis Fotovoltaicos com base no Projeto de Instalação pré-acordado junto ao cliente. Dessa forma, caso ocorra um eventual sinistro mais severo, a companhia pode garantir que a cobertura não



Mário Cavalcante,
Diretor de Massificados
da Liberty Seguros

seja prejudicada”, explica. “O preço do seguro, quando comparado ao valor total do projeto, é extremamente baixo”, compara. Ele ainda diz que, o investimento no seguro para painéis fotovoltaicos são qualitativas. “Ter um seguro transmite segurança para os clientes e a sua contratação pode servir como uma garantia financeira caso ocorra um sinistro em suas casas ou empresas e danifique os painéis”, comenta.

A expectativa, segundo o Plano Decenal de Expansão de Energia 2019-2029, divulgado pelo Ministério de Minas e Energia, é que até 2029 a matriz energética deve mudar, a geração hidráulica deve cair de 58% para 42% do total produzido, e a fonte eólica deve dobrar, enquanto a solar quadruplicar. O mercado só tende a crescer, trazendo cada vez mais oportunidades para os corretores de seguros e as seguradoras.



Teste Oncotype DX evita quimioterapia em mulheres com **câncer de mama**

Novidade é comercializada pelo Grupo Fleury e, teve estudo feito no Hospital Pérola Byington, referência no tratamento de câncer

A campanha “Outubro Rosa” foi criada em 1990, pela Fundação Susan G. Komen for the Cure. A data celebrada anualmente, ganhou força nos últimos anos e visa promover a conscientização da prevenção do câncer de mama, com o intuito de reduzir a mortalidade pela doença. Conhecido como neoplasia mamária, o câncer de mama é o crescimento desordenado de células, invadindo tecidos e órgãos.

O câncer de mama é o tumor mais comum e que causa mais mortalidade entre as mulheres, enquanto que nos homens de próstata ocupa o segundo lugar, atrás do câncer de pele. Não há uma causa única do câncer. Eventos externos ligados ao estilo de vida podem ter grande parcela, mas os casos internos também tem sua parcela de responsabilidade, como os hormônios, condições imunológicas e mutações genéticas.

O Dr. André Mattar, médico mastologista, responsável pelos núcleos de oncologia clínica e lesões não palpáveis do Hospital Pérola Byington, orienta quais os cuidados necessários para prevenir, não só o câncer de mama, mas de outras áreas do corpo. “A prevenção é sempre uma discussão grande porque o câncer de mama não tem apenas uma causa e para falar em prevenção, você tem que atuar de uma maneira muito grande. O que diminui o risco de câncer de mama? Exercício físico, alimentação saudável com menos carne vermelha, gordura, diminuir o álcool, mudança no estilo de vida. Então é muito difícil a gente

atuar em prevenção, porque mudar o hábito de vida das pessoas é muito difícil”, diz.

Como identificar o Câncer de mama?

O sintoma mais comum é o aparecimento de nódulos ou caroços na mama. É necessário que a mulher conheça o próprio corpo para notar mudanças e poder relatar com o máximo de detalhe ao seu médico. O auto exame deve ser feito alguns dias após a menstruação, em que as ma-



Anderson Mundim,

superintendente executivo regional de Organização de Vendas da Bradesco Saúde

mas ficam menos inchadas e doloridas. Para as mulheres que já estão na menopausa, o auto exame pode ser feito a qualquer momento.

É importante fazer o auto exame regularmente, mesmo que tenha feito o exames de mamografia recente. Outros sintomas podem aparecer como inchaço em toda a mama, dor, vermelhidão, secreção saindo dos mamilos. Qualquer mudança deve ser analisada por um médico. Os exames preventivos são extremamente importantes para um diagnóstico rápido e precoce.

Mesmo com as campanhas de prevenção sendo reforçadas nas empresas e grandes veículos, na maioria dos casos o diagnóstico ainda é feito em estágio avançado ou em metástase. Anderson Mundim, Superintendente executivo regional de Organização de Vendas na Bradesco Saúde, diz que a empresa tem reforçado as campanhas conversando com segurados através de informativos. “De forma regular, nesse período, a Bradesco Saúde intensifica suas campanhas educativas e de conscientização, com o objetivo de estimular o cuidado com a saúde e se utiliza de diversas formas e meios para “conversar” com seus segurados sobre a necessidade de procurar um médico e realizar exames regulares. Entramos em contato com nossos segurados e parceiros, principalmente, por meio de mídias sociais e envio de e-mails marketing”, explica.

Além das campanhas, o Grupo tem um programa de promoção à Saúde, chamado “Juntos Pela Saúde”, que incentiva homens e mulheres a realizar exames clínicos de rotina. “Esse tipo de cuidado deve ser contínuo. Não se pode descuidar da saúde”, ressalta Mundim. O Programa incentiva a promoção da saúde e prevenção de doenças, atendendo mais de 500 mil beneficiários. Acompanhando em tempo real as atividades realizadas pelos segurados, como consultas, exames, internações, tratamentos. Isso possibilita uma melhor gestão do beneficiário, com resultados robustos na prevenção de doenças ou em tratamentos já iniciados. O objetivo é melhor atender às necessidades dos beneficiários de forma resolutiva e satisfatória.

Iniciativas

Os resultados de um programa de experiência clínica (PONDx) do Oncotype DX Breast Recurrence Score, desenvolvido pela fornecedora líder de exames para rastreamento e diagnóstico de câncer, Exact Sciences, foram apresentados no congresso Anual da Sociedade Americana de Oncologia Clínica (ASCO) de 2020.

O estudo, que teve uma parcela realizada no Brasil em pacientes tratadas no Hospital Pérola Byington, maior centro de tratamento ao câncer de mama do país, revelou que cerca de 69% das pacientes brasileiras, que inicialmente tinham sido recomendadas a receber quimioterapia, foram poupadas e receberam terapia hormonal isoladamente. Elas foram poupadas de efeitos colaterais, como fadiga, náuseas, perda de cabelo, entre tantos outros, além de grande benefício econômico para o Sistema Público de Saúde (SUS). Como destacado no estudo, o teste desenvolvido pela Exact Sciences e comercializado pelo Grupo Fleury no Brasil, demonstra uma mudança de prática no uso de quimioterapia e evita o excesso de sobretratamento.

Das 155 pacientes tratadas no Brasil entre agosto de 2018



André Mattar,

Médico mastologista, responsável pelos núcleos de oncologia clínica e lesões não palpáveis do Hospital Pérola Byington

e abril de 2019, 70% foram classificadas como portadoras de doença de alto risco com base em parâmetros clínicos tradicionais, e a maioria apresentava tumores maiores que 2 cm. 151 das 155 pacientes (97%) foram inicialmente recomendadas a receber quimioterapia, além de terapia hormonal com base em características clínicas e patológicas. Com base nos resultados Recurrence Score, 104 das 151 pacientes (69%) foram poupadas da quimioterapia e receberam terapia hormonal isoladamente. Os resultados deste hospital público demonstram que as características clínico patológicas não identificaram adequadamente as pacientes mais propensas a se beneficiar da quimioterapia. Os testes também levaram a benefícios econômicos e economia potencial, sugerindo que o teste Oncotype DX deve ser incorporado ao sistema público de saúde brasileiro.

Estes resultados estão em concordância com os achados do estudo TAILORx, o maior estudo já realizado em câncer de mama no mundo, o qual incluiu 10.273 pacientes e avaliou de maneira prospectiva e randomizada a eficácia da quimioterapia em combinação com a terapia hormonal versus a terapia hormonal isolada. Num grupo de 6.711 pacientes foi demonstrado que a terapia hormonal isolada não foi inferior à quimioterapia em combinação com a hormonioterapia. Neste estudo, cerca de 85% das mulheres acima de 50 anos foram poupadas da quimioterapia e no grupo de pacientes com 50 anos ou menos, se identificou um subgrupo de pacientes que se beneficia da quimioterapia (resultados Recurrence Score de 16 a 25).

O Dr. André Mattar explica como é realizado o teste. “O teste é feito a partir do tumor do câncer de mama. A paciente é operada, o tumor é extraído e as lâminas deste material são enviadas para os Estados Unidos para que o teste seja realizado. Essa lâmina é preparada para o Hospital Fleury”. Ele ainda diz que, no Hospital Pérola Byington o estudo foi feito em mulheres do SUS. “Isso nos mostrou que conseguimos mudar muito a conduta com o teste Oncotype DX. Então, estamos para publicar uma análise farmacoeconômico pra dizer qual o valor que a gente economiza no Estado fazendo com que todas as mulheres fizessem esse teste, isso deve sair no primeiro semestre do ano que vem e assim, vamos tentar convencer as pessoas do Poder Público que é importante incorporar o teste”, ressalta.

Inovação em Vida

Liberty Seguros apresenta plataforma 100% digital e personalizada para crescer vendas em seguros de vida

A procura por seguro de vida vem crescendo exponencialmente no Brasil e a cada ano que passa, as pessoas têm tido mais consciência da importância da contratação desses tipos de cobertura. Desde 2018, a participação do seguro de vida no mercado de seguros (sem Previdência e Saúde) ultrapassou a de auto e atualmente representa 40%.

Outra tendência observada no setor e também reforçada pela pandemia é a crescente preferência por opções digitais que descomplicam o dia a dia oferecendo mais agilidade, flexibilidade e segurança.

A Liberty Seguros acaba de lançar a plataforma Meu Momento de Vida. A ferramenta 100% digital foi co-criada com os corretores parceiros da companhia que participam do Conselho de Corretores e tem como objetivo facilitar o processo de venda do seguro de vida viabilizando o processo de contratação do produto de forma didática, ágil e personalizada. O Meu Momento de Vida é simples e intuitiva, permitindo que o próprio cliente preencha todos os seus dados e contrate a apólice sem necessitar de ajuda.

Com uma abordagem consultiva, a plataforma foi desenvolvida para que os clientes tenham maior facilidade para entender o que realmente precisam em um seguro de vida. Para indicar o capital necessário, por exemplo, a plataforma possui uma ferramenta de recomendação, baseada em três variáveis: educação dos filhos, reposição de renda e patrimônio atual. Também traz textos explicativos sobre cada cobertura para que o cliente saiba exatamente o que está contratando.

Além disso, os clientes podem personalizar todos os valores de coberturas de acordo com sua

necessidade. Com todas as opções escolhidas, o segurado responde um questionário completo direto na plataforma, dispensando a tradicional entrevista telefônica realizada para a contratação do seguro. Os pagamentos e a assinatura eletrônica também são realizados diretamente na ferramenta e a apólice é enviada ao segurado em até 1 dia útil.

Agilidade e facilidade para os corretores

Cada corretor terá seu link próprio para compartilhar com possíveis clientes e indicar a plataforma como sua própria loja virtual de seguros de vida. A partir disso, a comissão das vendas realizadas por meio do link indicado pelo corretor, será revertido para o profissional correspondente.

"É muito gratificante lançar a plataforma Meu Momento de Vida, pois é fruto de um trabalho entre a companhia, nossos corretores e nosso laboratório de inovação, o Solaria Labs. Com a ferramenta, traremos uma forma inovadora de oferecer seguros de vida que aproximará o corretor do consumidor por meio de uma tecnologia simples e eficiente para que possam ampliar ainda mais as suas oportunidades de negócios em um mercado que já se encontra em ascensão", afirma Carlos Magnarelli, CEO da Liberty Seguros.



Carlos Magnarelli,
CEO da Liberty Seguros

Para saber mais, acesse <http://meumomentodevida.libertyseguros.com.br>



[Como funciona?](#)
[Dúvidas](#)
[Faça uma simulação](#)

Proteção digital para o mundo real

Com o **Meu Momento De Vida** você contratará de maneira fácil, moderna e 100% digital seu **seguro de vida**.

Quer saber quanto você precisa para assegurar sua família?

[Faça uma simulação](#)

A portrait of Alberto Yanez, a middle-aged man with a friendly smile, wearing a light-colored shirt under a dark jacket. The background is a solid dark blue.

Alberto Yanez

As atitudes são mais estimuladas
pela razão ou pela emoção?

**Nós cuidamos da sua
Saúde Emocional.**



Saiba mais

www.yanez.com.br

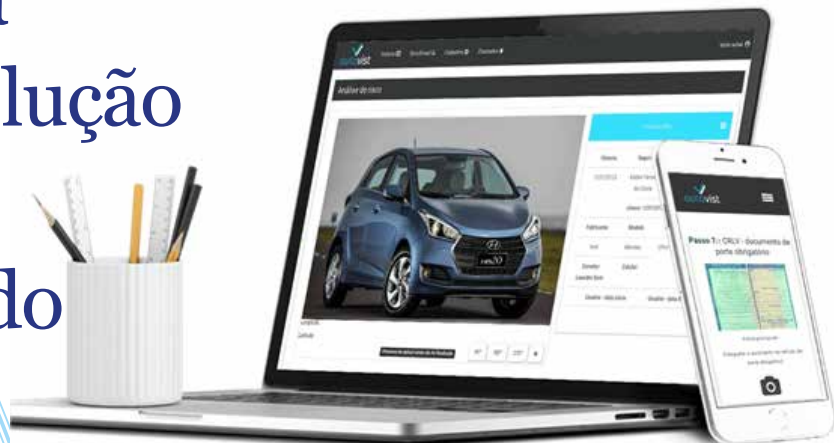


yanezoficial



11 94005.2743

Startup brasileira, fecha contrato para fornecimento de solução em vistoria mobile e avança no mercado internacional



Autovist assina parceria com o Instituto Nacional De Investigación Y Prevención Del Fraude - INIF

A Autovist, empresa do Grupo ForRisk Soluções Antifraude, acaba de assinar um contrato de parceria com a INSTITUTO NACIONAL DE INVESTIGACIÓN Y PREVENCIÓN DEL FRAUDE - INIF e assim, fornecer ao Instituto a vistoria mobile para as seguradoras no mercado colombiano de forma padronizada. Com isso, a startup expande suas operações e internacionaliza a sua marca, reforçando ainda mais a sua identidade de vistoria com antifraude. A INIF optou pela parceria justamente pela inteligência antifraude da ferramenta e pelo foco do Instituto em informações de risco e combate à fraude no mercado segurador colombiano.

Criada em 2017, a AutoVist é especialista em vistoria mobile para o mercado segurador e financeiro. UmileRitacco, Diretor de Produtos e Negócios do Grupo, comemorou a parceria. “Foi uma vitória grande para nós. É muito expressivo que uma empresa brasileira da área de seguros avance no cenário internacional, principalmente na Colômbia, um mercado grande, complexo e que a INIF trata com seriedade e competência”.

O executivo, que tem 35 anos de experiência no setor de seguros, faz questão de expor que está em nosso DNA inovar e trazer soluções antifraude. “Desenvolver soluções voltadas a combater a fraude e automatizar processos é o que nos motiva a cada dia. Devido à expertise que temos em seguros, nossos



projetos e ações são realizados sempre pensando nessa indústria e nesse ecossistema digital que é super dinâmico”.

Com a internacionalização, galgamos mais um degrau no objetivo de expandir a atuação da marca para a América Latina e para outros continentes, onde buscando novas parcerias em tecnologia. A ferramenta, segundo UmileRitacco, passa por atualizações constantes, buscando melhorar a experiência das seguradoras e dos segurados”.

A plataforma tem demonstrado grande eficácia na agilização do processo de aceitação do seguro e no combate à fraude, apontando possíveis segurados que vão contra a práticas de boa-fé, princípio básico das relações entre seguradora e cliente. Ritacco explica que é entregue à companhia não somente fotos, mas inteligência artificial para a análise de risco. “Levamos inteligência de negócio aplicada ao seguro. Por isso, a AutoVist entrega à seguradora I.A. onde faça maior sentido, ligada à nossa expertise de negócio para reduzir fraudes e agilizar a tomada de decisão”.



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





Seguro automóvel PCD

tem mercado em expansão

Mais de 215 mil veículos foram vendidos em 2019 para pessoas com deficiência, grande potencial do segmento tem atraído seguradoras

Avenda de carros deu um boom nos últimos anos. De janeiro a julho de 2019, as vendas aumentaram 12,1%, em comparação a 2018, segundo a Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores (Anfavea). A exportação de veículos montados apresentou queda de 38,4%. Para pessoas com deficiência foram vendidos 215.185 veículos em 2019. De acordo com a Lei Nº 8.989/95, ficam isentos do Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI) os automóveis de pessoas portadoras de deficiência física, visual, mental severa ou profunda, ou autistas, diretamente ou por intermédio de seu representante legal.

O seguro de automóvel, apesar de essencial, tem pouca penetração no mercado. Segundo dados da Confederação Nacional das Seguradoras - CNseg, apenas 10% dos veículos possuem um seguro de automóvel. Nas grandes cidades o risco aumentou, devido a quantidade de veículos nas ruas e também ao trânsito. O sonho de ter um carro se tornou real nos últimos anos para as classes sociais mais baixas, porém, manter um automóvel não é tarefa fácil.

Segundo dados da Superintendência de Seguros Privados (Susep), o setor de seguro de automóveis registrou uma arrecadação de 5,3% menor que do ano anterior. Com isso, as seguradoras deram descontos na renovação durante a pandemia.

Seguro Auto PCD

Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE cerca de 24% da população brasileira possui algum tipo de deficiência. O seguro automóvel para PCD tem um mercado a ser explorado. E as seguradoras têm olhado esse segmento com grande poten-

cial e investido na criação de novos produtos.

Os produtos disponíveis cobrem roubo e furto, incêndio, danos naturais, colisões, assistência 24h, mas o corretor responsável da Gran Way corretora de seguros, José Valdair Ribeiro faz um alerta. “Se tratando de um seguro com cobertura abrangente, muitas vezes o segurado não se atenta a pequenos detalhes, por exemplo, na contratação de carro reserva para veículos PCD o automóvel reserva precisa ser automático para que os segurados possam usufruir caso ocorra sinistro”.

Ele ainda diz que, os valores do seguro costumam ser mais caros. “O valor é condicionado ao perfil da pessoa. No caso de veículos adaptados os valores são ainda mais altos, e variam de acordo com as adaptações, que serão enquadradas como acessórios nas seguradoras”, diz o corretor.

Para a contratação é necessário informar todas as especificações do carro, para quando houver um sinistro, a seguradora cobrirá as despesas. “É obrigatório que seja informado que o carro está sendo adquirido com isenção e qual o tipo de isenção, caso ocorra perda total ou sinistro de roubo/furto a indenização é de acordo com a FIP do momento do sinistro e a seguradora que fica encarregada de recolher os impostos”, explica Ribeiro.

Já para os veículos que precisaram ser adaptados, é necessário que o segurado possua nota fiscal de tudo que foi mudado no veículo. “No caso de perda total serão indenizados tanto o automóvel como as adaptações caso tenha sido contratada”, conta. Contratar um seguro automóvel pode parecer complicado, por isso é importante sempre consultar um corretor de seguros para orientar e sanar dúvidas, principalmente, para pessoas com deficiência que possuem isenção de impostos.

CQCS abre **ciclo de palestras** do ITC Global em pré-conferência

Evento aconteceu em setembro, e apresentou a Segfy, concorrente ao InsureTech Connection Global 2020

Aconteceu na segunda-feira, 19 de setembro, a Pré-Conferência Brasil do ITC Global 2020. O evento abriu o ciclo de palestras que aconteceram nos dias 20 e 21 de outubro, ao redor do mundo de forma online. Gustavo Doria Filho, Fundador do CQCS, iniciou o encontro na companhia de Marcelo Blay, CEO da Minuto Seguros. Ambos falaram da experiência de participar do evento presencial, que ocorre anualmente em Las Vegas, Estados Unidos.

Gustavo Doria citou que a pandemia de covid-19 permitiu uma adaptação a um novo cenário, mais tecnológico. Marcelo Blay contou sobre a sensação de participar do primeiro World Tour e, a primeira vez que ele palestrou no evento. "É muito importante para o Brasil como um todo, para a nossa economia".

O CEO ainda disse que as reuniões de networking chegam a durar apenas 5 minutos. "Eu ficava pensando como vou fazer networking em 5 minutos? Esse tempo nem dá para me apresentar, falar o que faço, e sobre o clima no Brasil", brincou. Ele ainda ressaltou a objetividade dos americanos. "Em uma conversa, o cara me perguntou 'qual seu ramo?', eu disse 'distribuição', ele falou que não tinha interesse, deu as costas e foi embora. Mas, isso não é grosseria e a gente se acostuma".

O Fundador do CQCS ainda trocou experiências com os executivos Eduardo Kolmar, Vice-Presidente de Benefícios da THB Brasil; Francisco Duwe, Sócio Corretor da MISP Miami Corretora de Seguros e Vitor Bezerra Sócio Corretor da Nossa Corretora de Seguros. Eles falaram sobre as dificuldades enfrentadas para ir ao evento e como aproveitar da melhor forma, agregando conhecimento pessoal ou para seu negócio.

InsureTech Connection Global 2020

O Heitor Ohara, Curador do CQCS ITC Experience, bateu um papo com Marcos Roque Villa, CEO da Segfy, representante da América Latina do InsureTech Connection

Global 2020. Villa contou a trajetória da empresa que começou em 1998, com outro nome e objetivos.

Em 2014 e 2015, Villa disse que entendeu que a empresa tinha que mudar o midset, o foco e objetivo. "Em 2017 identifiquei no mercado que era preciso buscar algo novo, buscar empresas que pudemos ter uma sinergia e fazer uma fusão, conversei com alguns parceiros. Entrei em acordo com a Cotak e Leosoft Multicálculo e, começamos a operar no final de 2017", explicou.

Hoje, a Segfy possui 3.200 usuários e corretoras registrados no sistema. A empresa tem uma plataforma que ajuda no gerenciamento operacional e estratégico de corretoras, automatizando processos para gerar autonomia ao pequeno corretor.

O CEO da Segfy ainda contou o que considera essencial para o desenvolvimento dos negócios na empresa. "Juntamos cultura, produto e pessoas", disse. Ele disse que os processos de inovação da empresa foram divididos em fases. A fase 1 focava em dar capilaridade no mercado de seguros. Na fase 2, é ajudar o corretor de seguros. "Sempre foi esse o objetivo. Claro que com mudanças, transformações", explicou.

Ele ainda ressaltou que o principal objetivo é ser ponte de ligação de quem procura um seguro com o corretor especializado. "Somos o uber do seguro", brincou Villa. "Nosso norte é essa distribuição, ajudar a fortalecer aquele corretor pequeno que não conhece de marketing, das redes sociais. Estamos investindo bastante nesse canal em 2020. Em colocar o pequeno corretor no mesmo ponto dos principais players do mercado", ressaltou.

Villa ressaltou que a alegria é grande em representar o Brasil, apesar das dificuldades. "Gratidão aos nossos clientes, sócios, investidores. E a todo o time da Segfy. É motivo de muito orgulho", finalizou.



Marcos Roque Villa,
CEO da Segfy



Heitor Ohara
Curador do CQCS
ITC Experience"

Startup Uberlandense é uma das selecionadas no **Sandbox Regulatório**

Susep selecionou 11 projetos com o objetivo de democratizar o acesso por meio de novas plataformas tecnológicas

O projeto Split Risk, de Uberlândia, foi uma das 11 iniciativas brasileiras aprovadas pela Superintendência de Seguros Privados (Susep), para participar de um ambiente de negócios experimental, batizado de Sandbox Regulatório. O objetivo é possibilitar a implantação de projetos inovadores que apresentem produtos e/ou serviços a serem ofertados no âmbito do mercado de seguros e que sejam desenvolvidos ou oferecidos a partir de novas metodologias, processos, procedimentos, ou de tecnologias existentes aplicadas de modo diverso.

O resultado do edital publicado pela Susep para atrair empreendedores, startups e insurtechs foi divulgado no início de outubro. As empresas aprovadas terão licença para atuar por até 3 anos. A insurtech Split Risk foi a única selecionada Uberlândia (MG). Leandro Teixeira, Diretor Técnico, diz que o objetivo da nova empresa é contribuir

para a democratização do mercado de seguros. “Hoje no Brasil, cerca de 80% da frota circula sem seguro. Se fizermos um recorte para automóveis com mais de 5 anos, esse percentual sobe para 95%. Queremos democratizar o acesso ao seguro para uma parcela da população que hoje não é mercado alvo dos seguradores tradicionais”, explica.

O plano de negócios da Split Risk prevê iniciar a operação em 2021, com uma plataforma digital onde o próprio cliente fará a seleção do serviço, de acordo com suas necessidades. Inicialmente, a operação estará restrita à cidade de Uberlândia. “O consumidor terá várias opções, sem ficar refém de uma apólice anual. A partir do exemplo dos bancos digitais, a Susep quer um ambiente regulatório mais ágil, que permita a atração de novos consumidores. Vamos oferecer uma nova experiência, por meio do uso de tecnologias inovadoras, como análise de dados e inteligência artificial”, detalha Teixeira.



MAG Seguros anuncia lançamento de **nova companhia**, a Simple2u

Nova companhia, totalmente digital, está diretamente relacionado à aprovação no Sandbox Regulatório

A MAG Seguros está dando mais um passo importante em suas iniciativas de inovação no mercado segurador e anuncia o lançamento de uma nova companhia, totalmente digital, em que todo o processo de contratação é feito por meio digital, a Simple2u. O novo braço do Grupo Mongeral Aegon está diretamente relacionado à aprovação da companhia no Sandbox Regulatório da Superintendência de Seguros Privados (Susep), sendo a única seguradora selecionada, e marca a entrada da companhia no mercado de Ramos Elementares, co-

mercializando produtos que vão além de Vida e Previdência.

Prevista para ser lançada no início do ano que vem, a nova empresa, além de 100% digital e constituída no modelo on demand, é acessível, permitindo novos perfis de clientes e centrada no consumidor. Isso garante que o cliente escolha uma cobertura de acordo com sua necessidade, dando autonomia para ‘ativar’ a sua proteção. O segurado ainda conta com toda a tranquilidade do seguro ser garantido por um Grupo com mais de 185 anos de atuação e que cultiva um DNA inovador e uma cultura de start-up.



GRATIDÃO!

- **6 ENCONTROS**
- **18 PALESTRANTES**
- **6 INSURTECHS & PITCHS**
- **20 PAÍSES PARTICIPANTES**
- **600 MINUTOS DE CONTEÚDO**
- **MAIS DE 3.000 INSCRITOS!**

CQCSINNOVATION.COM

CONSTRUINDO O FUTURO DO SEGURO

**Não dá para ter
dúvidas na hora
de escolher com
quem comercializar um
Seguro de Responsabilidade
Civil Profissional.**



Para oferecer um Seguro de Responsabilidade Civil Profissional a seus segurados é melhor escolher uma Seguradora especialista no ramo. Para isso a Fator Seguradora possui um Canal Digital exclusivo que em minutos disponibiliza cotações e emissões de apólices de até R\$5 Milhões, além de muitas outras funcionalidades.

São mais de 20 atividades profissionais cobertas e, somente na área de Saúde, mais de 90 especialidades médicas, incluindo clínicas, hospitais, laboratórios, dentistas e até veterinários. Tudo feito com muita agilidade, processos simplificados, e total proximidade com as demandas do Corretor.



**Faça sua
Cotação!**

São Paulo
(+55 11) 3709-3000 (PABX)

Rio de Janeiro
(+55 21) 3861-2500

SAC: 0800-77-07229
Ouvidoria Fator: 0800-77-32867
Memorize: 0800-77-FATOR
www.fatorseguradora.com.br

Antes da contratação, consulte seu corretor e leia as condições contratuais de apólice, que regem o contrato de seguro, as quais descrevem as coberturas, prazos, limites, riscos excluídos e demais condições do seguro.

FATOR SEGURADORA S.A. CNPJ 33.043.882/0001-83. Cód. RUSEP 6122. SAC 0800-77-07229 e Ouvidoria 0800-77-32867. SUPERINTENDÊNCIA DE SEGUROS PRIVADOS, Autarquia Federal, responsável pela fiscalização e controle dos mercados de seguros, previdência complementar aberta, capitalização, resseguros e corretagem de seguros. Coface: R000-201-0404.



fator seguradora