

REVISTA

Ano 21 - Edição 215 - R\$ 20,00

segurototal

Inovação • Seguros • Saúde Suplementar • Previdência • Capitalização

**Seguro cyber registra
crescimento durante a
pandemia**

**Fator Seguradora promove
debate sobre a nova Lei de
Licitações**

**Os desafios da Lei Geral
de Proteção de Dados
para os consumidores**

E se a pia da casa do Cliente entupir?



SEGURO TOKIO MARINE RESIDENCIAL



Assistência 24h com
encanador, eletricista,
chaveiro e muito mais



Cobertura contra
roubo e incêndio



Parcelamento em até 36x sem
juros no cartão ou débito em conta



Planos por menos
de R\$ 1,00 por dia



Tokio Indica: programa
de benefícios com
descontos exclusivos

RESOLVE

E aproveite a **Super Vendas Residencial!*** Até 28/2, a cada venda dos Seguros Residenciais da Tokio, você ganha até 30% de crédito de conta-corrente Auto e até 10% de conta-corrente Residencial para oferecer descontos aos seus Clientes e fazer novos negócios, sem reduzir sua comissão. Tudo isso porque o **Seguro Tokio Marine Residencial Resolve** pra você também!

Quer saber mais?
Fale com o seu
Gerente Comercial.

Uma Seguradora
completa pra você
ir mais longe.



**TOKIO MARINE
SEGURADORA**

NOSSA TRANSPARÊNCIA, SUA CONFIANÇA

Este Seguro é garantido pela Tokio Marine Seguradora S/A — CNPJ 33.164.021/0001-00 — Código SUSEP nº 06190. Tokio Marine Residencial — Processo SUSEP nº 15414.100910/2004-39 e Tokio Marine Residencial Fácil — Processo SUSEP nº 15414.100910/2004-39. O registro deste plano na SUSEP não implica, por parte da Autarquia, incentivo ou recomendação à sua comercialização. Consulte as Condições Gerais do produto ou serviço disponíveis em www.tokiomarine.com.br. Central de atendimento, para tirar dúvidas, consultas e informações adicionais: 0300 33 86546. Horário de atendimento: de segunda a sexta-feira, das 8 às 20 horas. Ouvidoria, para reclamações: 0800 449 0000. Horário de atendimento: de segunda a sexta-feira, das 8h30 às 17h30.
*Os créditos poderão ser utilizados da seguinte forma: Automóvel — até 30% do valor do prêmio líquido (limitado a R\$ 300,00) para TODAS as formas de pagamento; Residencial — até 10% do valor do prêmio líquido (limitado a R\$ 300,00) para TODAS as formas de pagamento. Participam da Campanha os Seguros Residencial Premiado, Fácil e Digital.

LGPD nova ou velha discussão?

REVISTA
segurototal

ANO 21 | EDIÇÃO 215 | 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:**



A Lei Geral de Proteção de Dados ainda está sendo bastante discutida. Em um ano de pandemia, com problemas econômicos, a LGPD exige investimentos e trás mais segurança ao consumidor. Confira nessa edição uma matéria especial sobre como ela pode ajudar o consumidor a se proteger e entender como a análise de dados funciona. Ainda tem uma matéria sobre o seguro cibernético e a expectativa de crescimento do produto.

A Campanha “Janeiro Branco” tem crescido nos últimos anos, ela trás a discussão da importância de cuidar da saúde mental, também muito discutida durante o isolamento social. Trazemos dicas de como se cuidar e prevenir transtornos psicológicos como a depressão e ansiedade. Além disso, as chuvas de janeiro sempre trazem preocupações, o seguro residencial pode ser um aliado na proteção de bens materiais.

O Coface Barômetro trás uma análise econômico-financeira do mundo, a Argo Seguros lança o “Argo Day”, o Grupo Bradesco Seguros lança os resultados de 2020, assim como, a Mapfre. E tem ainda, o vai e vem do mercado.

Boa leitura!



SU MÁRIO



5

Seguro de vida
é aliado no tratamento de câncer



6

Solução digital
da **Seguros Sura**
promete navegação protegida



8

Expectativas para
o crescimento
do seguro cyber são positivas



10

CAPA - LGPD e os
ciberataques:
Como o consumidor pode se proteger?



14

Coface Barômetro
realiza uma análise
sobre a situação econômica do mundo



20

Como cuidar
da saúde mental
com excesso de informações?



24

Grupo Bradesco Seguros
divulga resultados de 2020



30

Expectativas &
Tendências 2021 – Mercado
Segurador Global
Artigo por Newton Queiroz

- 9** Planos de saúde ultrapassam a marca de 47,5 milhões de vidas em 2020
- 16** As chuvas e os problemas que o seguro pode suprir
- 18** Mapfre registra lucro líquido de R\$ 606 milhões em 2020
- 19** SulAmérica entra para anuário global de sustentabilidade da S&P Global
- 21** Tokio Marine remunera Corretor em até 24h após emissão de apólice
- 22** Vai e Vem do mercado
- 25** Argo Seguros lança o 'Argo Day' e amplia proximidade com os corretores
- 26** Brasil passa a ter um regramento de licitações mais moderno
- 28** MAG Seguros discute inovação e o futuro do mercado no Potencialize 2021



Seguro de vida é aliado no tratamento de câncer

No Dia Mundial de Combate ao Câncer, celebrado anualmente em 4 de fevereiro, conscientização sobre prevenção e cuidados com a doença remontam a necessidade de contratar proteção

Oferecer tranquilidade em um momento de dificuldade. Essa é a prerrogativa de um seguro de vida. Diferentemente do que muita gente imagina, uma apólice não é paga apenas em casos de morte ou invalidez. A cobertura também pode ser usada em vida, quando existe o diagnóstico de doenças graves, como o câncer, por exemplo. O propósito é trazer um alento, que pode ajudar a custear o tratamento ou suprir a família financeiramente diante da impossibilidade do trabalho autônomo.

Na data em que se celebra o Dia Mundial de Combate ao Câncer, 4 de fevereiro, este assunto vem à tona. O evento, que tem por objetivo conscientizar sobre a doença, acende a necessidade da prevenção. O gerente Nacional Seguros de Pessoas e Assessorias da Sancor Seguros, Rafael Leonel, destaca as vantagens de se adquirir uma proteção para este tipo de eventualidade. “Os benefícios ofertados são inúmeros, principalmente pelo recebimento de um capital segurado em um momento delicado. O valor pode ser empregado no custeio do tratamento, mas não é regra, já que não há necessidade de comprovação da forma como a indenização será usada”, ressalta.

Portanto, o seguro é um instrumento que pode garantir a tranquilidade da família de uma maneira geral. “Sabemos

que no momento do diagnóstico de uma doença grave, há um impacto. A doença consome não somente a saúde do paciente, mas também os recursos financeiros da família. É neste momento que o seguro se torna um grande aliado”.

A apólice tem carência de 60 dias para doenças graves. Passado este período, pode ser utilizada sem preocupações. A comprovação do diagnóstico é realizada de forma simples, através de relatório médico, que deve ser apresentado pelo segurado na abertura do processo de sinistro. “Todo procedimento é digital, não havendo necessidade de envio de documentação física. Assim que há a comprovação dos dados, o sinistro é regulado em até 15 dias”, destaca Leonel.

Na Sancor Seguros, a contratação dos produtos Vida Individual, que oferecem a modalidade de cobertura para doenças graves, registrou alta de 28% em 2020. Segundo o executivo, a expectativa é de crescimento ainda maior em 2021. “Nossa estratégia é seguirmos focados no aumento da comercialização dos seguros individuais. Estamos implementando novas ferramentas e buscando mais formas e parceiros para distribuição dos produtos, com a finalidade de protegermos ainda mais pessoas. Também estamos investindo na personalização das coberturas para levar proteção adequada para cada necessidade”.



Solução digital da Seguros Sura promete navegação protegida

Proteção Digital é flexível e permite adequação do produto conforme necessidade do cliente

Por Tatiane Pina

Com a atual transformação digital, as pessoas estão cada vez mais conectadas em diferentes plataformas e a proteção de dados tem ganhado mais valor e relevância. Pensando nisso, a Seguros SURA desenvolveu o Seguro de Proteção Digital para que a jornada no ambiente virtual seja segura e tranquila.

Personalizada de acordo com a necessidade e os hábitos de conectividade de cada pessoa, o seguro da SURA

apoia toda a jornada digital de quem está sempre conectado, seja durante o home office, nos momentos de entretenimento, durante uma compra no e-commerce e até mesmo para os empreendedores e profissionais liberais e autônomos que usam a tecnologia e a internet como ferramenta de trabalho. “A Sura se antecipou para construir uma solução pioneira, com o propósito de resguardar a reputação e os dados das pessoas no mundo online, proporcionando tranquilidade para que toda a família possa aproveitar o melhor do mundo digital, mas sem se preocupar com a proteção dos dados ou a recuperação das informações em casos de dispositivos danificados ou de ataques por meios digitais”, diz **Gabriel Bugallo, Vice-presidente da Seguros SURA**.

Ele ainda conta que muitos bens materiais são compartilhados, mas os dados de e-mail, rede social e informações pessoais não, e que a ideia era fazer as pessoas se perguntarem o porquê. “Foi para isso que desenvolvemos o Seguro de Proteção Digital: para todas as pessoas que têm a necessidade de uma conexão digital, de um service desk e outros serviços para se manter conectado com segurança, principalmente para que os nossos clientes possam fazer o que quiserem neste ambiente, sem correr riscos”, ressalta Bugallo.

“Nossa solução é personalizada de acordo com a necessidade e os hábitos de conectividade de cada pessoa. As coberturas podem ser personalizadas de acordo com a necessidade e os hábitos de conectividade de cada família, com serviços de proteção para a identidade digital, inclusive nas redes sociais, com relatório de presença na internet e soluções para qualquer tipo de conflito, eliminando informações falsas ou prejudiciais de natureza pessoal publicada na internet, além de suporte tecnológico e armazenamento de dados pessoais na nuvem”, explica.





Rhayra Oliveira,
paciente da AACD.

Os **pacientes** da
AACD precisam
de **você**.

Milhares de pessoas
com deficiência
física necessitam de
**tratamento todos os
dias**. Por isso, a **AACD**
**precisa da sua
ajuda** para manter
os mais de **800 mil**
atendimentos por ano.

**FAÇA A SUA DOAÇÃO E AJUDE A LEVAR
MOVIMENTO PARA QUEM TANTO PRECISA!**

PARA DOAR:

Acesse:
doe.aacd.org.br
OU



 aacd.org.br
 [Facebook/ajudeaacd](https://www.facebook.com/ajudeaacd)
 [@aacdoficial](https://www.instagram.com/aacdoficial)



vida é movimento

Expectativas para o crescimento do seguro cyber são positivas

Pandemia de covid-19 potencializou a necessidade de proteção de dados

Por Tatiane Pina

O home office colocou a prova os sistemas de proteção das empresas. Durante a pandemia, o Brasil sofreu 1,6 bilhão de ataques cibernéticos no primeiro trimestre de 2020, segundo a Fortinet. A tecnologia facilitou diversos processos do dia a dia, mas também trouxe novas formas de crimes, os virtuais.

O Brasil ocupa o segundo lugar em ataques cibernéticos no mundo. Segundo o estudo Fortinet Threat Intelligence Insider Latin America, são mais de 65 milhões de crimes por dia, somando 24 bilhões por ano. Com a pandemia e o isolamento social, colaboradores passaram a acessar remotamente os sistemas das empresas, e em computadores particulares, muitas vezes, não tem a mesma proteção ou a equipe de TI especializada para cuidar em casos de problemas.

De acordo com uma recente pesquisa da Kaspersky, empresa de tecnologia russa especializada na produção de softwares de segurança para a Internet, foram enviados 360 mil novos arquivos maliciosos todos os dias durante 2020, um aumento de 5,2% em relação a 2019. Com a Lei Geral de Proteção de Dados o cenário pode ser diferente. Mas, visando maior proteção, o mercado tem o seguro cyber, que tem o intuito de proteger o cliente em caso de vazamento de dados.

Mas, como as pessoas podem se proteger? “A palavra-chave é conscientização. Na Tokio Marine desempenhamos o papel de consultor, reforçando aos nossos Clientes a importância de manterem seus dados seguros, principalmente hoje, com a entrada em vigor da Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD)”, opina Carol Ayub, Superintendente de Produtos Financeiros da Tokio Marine.

Ela ainda diz que, é preciso deixar claro os riscos para uma empresa que não possui uma infraestrutura de cibersegurança qualificada e um seguro adequado às suas necessidades. “O empresário precisa ter em mente que os prejuízos causados por um ataque cibernético podem ser devastadores para o seu negócio e o preço por negligenciar a segurança cibernética da empresa pode se tornar alto”, explica.

Carol acredita que com a pandemia as empresas começaram a amadurecer a ideia sobre a importância e a necessidade da contratação deste tipo de produto. “O Seguro para Riscos Cibernéticos foi pensado para resguardar a responsabilidade das empresas no que tange a proteção, gestão e manuseio de dados pessoais e as consequências das perdas de informações corporativas. Ele é utilizado



Carol Ayub,

Superintendente de Produtos Financeiros da Tokio Marine

para cobrir prejuízos originados por um ataque cibernético, seja uma interrupção nas operações ou uma ação judicial envolvendo terceiros”, ressalta.

O Tokio Marine Riscos Digitais, por exemplo, garante cobertura em decorrência de ataques cibernéticos, em casos onde haja danos causados à própria empresa ou sua responsabilização por danos causados a terceiros, como custos de defesa, indenizações e acordos. Entre os danos à própria empresa, estão cobertos os custos de remediação, da rede, assim como os associados à extorsão cibernética e lucros cessantes.

De acordo com dados da Superintendência de Seguros Privados (Susep), no primeiro semestre de 2020, as seguradoras arrecadaram cerca de R\$ 17,8 milhões em prêmios diretos, frente aos R\$ 8,3 milhões do mesmo período de 2019. E os números só aumentam. “Apesar da LGPD não obrigar a empresa a obter esse tipo de seguro, ela trouxe uma maior percepção de riscos. Por isso, certamente a busca por esse tipo de proteção seguirá em alta, pois isso gerou uma maior consciência dos empresários no gerenciamento de riscos cibernéticos juntamente com as adequações necessárias para atender a legislação”, ressalta Carol.



Planos de saúde ultrapassam a marca de 47,5 milhões de vidas em 2020

Setor não atingia esse patamar desde 2017

Mesmo com a instabilidade em toda a economia nacional, o setor de planos de saúde médico-hospitalares encerrou 2020 com mais de 47,5 milhões de beneficiários em todo o país. De acordo com a Nota de Acompanhamento de Beneficiários (NAB), do Instituto de Estudos de Saúde Suplementar (IESS), esse número não era ultrapassado desde o primeiro semestre de 2017. O total de vínculos avançou 1,2% em 12 meses, o que representa aproximadamente 555 mil novas vidas no período.

Para José Cechin, superintendente executivo do IESS, os números mostram que o setor amargou perdas no primeiro semestre, mas conseguiu se recuperar na segunda metade do ano. “Entre fevereiro e junho de 2020, aproximadamente 297 mil pessoas deixaram de contar com planos de saúde médico-hospitalares, resultado do elevado número de demissões, interrupção de atividades, fechamentos de empresas ou ainda da perda de poder aquisitivo por conta da crise econômica desencadeada pela Covid-19”, aponta o especialista. “A grande queda do número de beneficiários entre março e junho foi reconquistada entre julho e setembro. Já o desempenho do último trimestre do ano foi o responsável pelo avanço em 2020”, completa.

Ao longo do ano, a faixa etária de 59 ou mais foi a que registrou o crescimento mais expressivo, com avanço de 2,8%. Já nos últimos três meses de 2020, os brasileiros entre 19 e 58 anos foram maioria entre as adesões aos planos. Os mais de 389 mil novos beneficiários representam um aumento de 1,4% no período. O que reforça a gradual retomada da economia e novas contratações.

“Por outro lado, os planos coletivos por adesão têm apresentado sucessivas altas, em especial em momentos

de instabilidade. Isso porque não há necessidade de vínculo empregatício, basta vínculo associativo. Por ser coletivo, apresenta mensalidades mais baixas quando comparado aos individuais”, aponta Cechin. “Apesar de significativamente menor em números absolutos em relação aos coletivos empresariais, a modalidade teve crescimento de 2% no ano”, reforça.

Em dezembro de 2020, 38,5 milhões, ou 80,9%, dos beneficiários de planos médico-hospitalares estavam entre os coletivos. Desses, 83,6% eram do tipo coletivo empresarial e 16,4% do tipo coletivo por adesão. O resultado está diretamente ligado ao aquecimento do mercado de trabalho, já que esse tipo de plano é oferecido pelo contratante aos colaboradores, seja para atrair e reter talentos, seja por força de acordos coletivos entre os sindicatos patronais e os dos trabalhadores.

Exclusivamente odontológicos

O total de beneficiários de planos exclusivamente odontológicos superou a marca histórica de 27,1 milhões em 2020. O relatório mostra que o segmento cresceu 4,7% em 12 meses e firmou 1,2 milhão de novos vínculos, sendo 816,8 mil apenas nos últimos três meses do ano.

O resultado foi fortemente impulsionado pela contratação de planos coletivos, especialmente no Sudeste do país. Contudo, o setor também apresenta avanço expressivo dos vínculos individuais ou familiares. “A faixa etária de 59 anos ou mais registrou crescimento de 10,3% no período, o que representa mais de 210 mil novas vidas com essa modalidade de assistência. Enquanto os planos médico-hospitalares reduziram muito a venda de planos individuais e familiares por conta de desequilíbrios na regulação, para os planos odontológicos, esse é um mercado que deve continuar crescendo nos próximos anos”, conclui Cechin.

LGPD e os ciberataques:

COMO O CONSUMIDOR PODE SE PROTEGER?

Por Tatiane Pina

Há poucos dias houve um ciberataque que roubou e compartilhou dados de mais de 223 milhões de pessoas, contando inclusive de pessoas já falecidas

No ano de 2020 muito se falou sobre “novo normal” e “transformação digital”. Debates online eram feitos para entender o que seria o novo normal e como a transformação digital impactaria as empresas e a sociedade. A pandemia de covid-19 ainda não acabou, tendo um crescimento no contágio na chamada segunda onda, mas com a vacinação iniciada em diversos Estados podemos começar a imaginar o mundo pós pandêmico.

Durante as diversas lives feitas sobre o tema, muitas empresas relataram que o processo digital foi acelerado. Planos e estratégias previstas para vigorar nas companhias em 3, 5, 7 anos foram adiantados em alguns meses e até dias. O home office provocou uma onda de incertezas. Como seria a comunicação em equipe? Como ficaria a produtividade dos colaboradores? E a proteção dos dados das empresas?

A Lei Geral de Proteção de Dados – LGPD entrou em intensa discussão e muitos pediram seu adiamento. A LGPD foi sancionada em 2018, na Lei nº 13.853, e entrou em vigor em setembro de 2020, mesmo em meio ao isolamento social cumprido por parte da população.

Conforme descreve, a Lei dispõe sobre o tratamento de dados pessoais, inclusive nos meios digitais, por pessoa natural ou por pessoa jurídica de direito público ou privado, com o objetivo de proteger os direitos fundamentais de liberdade e de privacidade e o livre desenvolvimento da personalidade da pessoa natural. A LGPD tem como objetivo proteger os dados dos consumidores e, faz com que as empresas deixem claro nos Termos de Uso ou Políticas de Privacidade como irá usar esses dados.

Essa política de privacidade é disponibilizada em todo cadastro preenchido em algum site, ao aceitar a empresa tem posse dos dados informados, podendo compartilhar com qualquer outra empresa. O facebook tem um mecanismo de coleta e análise de dados, engenheiros que trabalham na empresa estudam o perfil de cada usuário para poder oferecer vídeos, postagens, grupos e anúncios. O



Alexandre Resende,
CIO da Sercom e CEO da ContactOne

“A LGPD obriga que, na captura dos dados, as empresas informem de maneira clara aos usuários porque ela está capturando os dados, com quem ela vai compartilhar, se ela irá compartilhar, e o compromisso da manutenção desses dados em segurança”.

Alexandre Resende,
CIO da Sercom e CEO da ContactOne

documentário “Dilema das Redes”, produzido pela Netflix, explica como as mídias sociais trabalham esses dados para manter o usuário cada vez mais ativo, assim essa mídia social consegue mais patrocinadores e, logicamente, mais dinheiro para funcionar.

O whatsapp mudou, recentemente, as políticas de privacidade e, começou a anunciar aos usuários desde o início de janeiro. O grande problema é que muitas pessoas não leem os termos de uso e apenas aceitam. Essas novas regras da plataforma irão compartilhar os dados do seu público com as empresas do Facebook.

Alexandre Hogata, especialista em TI, explica melhor como irá funcionar essa nova política de privacidade do whatsapp. “A empresa Facebook, dona do WhatsApp, informou que poderá usar as informações periféricas das mensagens que são enviadas pelos usuários. O conteúdo das mensagens continua secreto e apenas quem enviou e quem recebeu sabe do que foi enviado. As informações que o Facebook quer usar é sobre volume de mensagens que são enviadas de uma pessoa ou empresa à outra pessoa empresa”. Ele ainda diz que eles querem usar esses dados do mercado para monetizar, como já fazem com o Facebook.

“A LGPD obriga que, na captura dos dados, as empresas informem de maneira clara aos usuários porque ela está capturando os dados, com quem ela vai compartilhar, se ela irá compartilhar, e o compromisso da manutenção desses dados em segurança”, explica Alexandre Resende, CIO da Sercom e CEO da ContactOne. “Acredito que naturalmente as pessoas vão se acostumar a lidar com esses disclaimers e espero que leiam os termos. Eles estão ficando um pouco mais curtos, mais didáticos, e mais pontuais, então vai che-



Dra. Jacqueline Valles,
Jurista e Mestre em Direito Penal

gar uma hora em que será de praxe o consumidor ler esses pequenos termos para saber se está de acordo”, ressalta.

Para que é tão importante o uso desses dados pelas empresas?

A coleta de dados é de grande importância para a inteligência do negócio da empresa. No Brasil ainda não há uma cultura de análise de dados para oferecer o melhor produto ou uma propaganda mais customizada. Em outros países, essa análise de dados busca entender o consumidor, qual suas preferências de música, lugares, comportamentos, além da rotina seguida, para poder oferecer produtos cada vez mais consultivos, mesmo sem ter contato direto com esse cliente.

Como citado no caso do Facebook, a plataforma busca entender a personalidade de cada usuário, assim como, sua rotina, para poder oferecer notificações chamando essa pessoa de volta ao aplicativo. Assim funciona para as empresas também.

Vazamento de Dados

Segundo levantamento realizado pela Fortinet, o Brasil sofreu mais de 2,6 bilhões de tentativas de ataques cibernéticos de janeiro a junho de 2020. A América Latina e Caribe sofreram mais de 15 bilhões no mesmo período.

As empresas costumam manter uma equipe especializada para cuidar dos sistemas e dados, mas em casa, muitas vezes com o computador pessoal, o colaborador não tem essa proteção, contribuindo para o aumento de ciberataques.

Recentemente, um ataque hacker vazou dados de mais de 223 milhões de pessoas. Houve dois vazamentos de dados, um continha CPF, nome, sexo, data de nascimento, tabela com dados de veículos e uma lista de CNPJs. A outra lista também continha CPFs, além da escolaridade, benefícios do INSS e programas sociais, renda, entre outras informações, esses dados estão sendo vendidos pelos criminosos em um fórum online dedicado à comercialização desses dados.

O curioso é que a população brasileira é estimada em 212 milhões de pessoas, então os dados básicos podem ser de todos os brasileiros e ainda contando com pessoas já falecidas. Ainda não se sabe como foi esse vazamento, quem são os criminosos e, de acordo com a Lei Geral de Proteção de Dados, o crime pode ter apenas uma advertência como punição ou uma multa de 2% do faturamento anual da empresa, limitada a R \$50 milhões.

Os responsáveis pela LGPD responsabilizaram a Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD) para inves-

“O registro do boletim de ocorrências pode ser feito também pela internet e é fundamental para que as autoridades policiais tomem conhecimento de que ela está vulnerável”.

Dra. Jacqueline Valles,
Jurista e Mestre em Direito Penal



tigar o caso, porém, ela ainda não está funcionando.

A Dra. Jacqueline Valles, Jurista e Mestre em Direito Penal, diz que o primeiro passo ao perceber que teve algum dado pessoal vazado, é abrir um boletim de ocorrência. “O registro pode ser feito também pela internet e é fundamental para que as autoridades policiais tomem conhecimento de que ela está vulnerável”, explica. Ela ainda diz que, essas informações nas mãos de criminosos podem ser usadas para fazer empréstimos, abrir empresas, compras em nome da vítima, entre outros crimes. “Com esse boletim de ocorrência, a vítima se protege contra os atos que foram feitos de forma criminosa, em seu nome”, orienta.

Como se proteger?

“O consumidor tem o direito de questionar as informações pessoais que quer compartilhar com a empresa”, explica Hogata. “Tem que ficar atento e limitar as informações que passam para as empresas. Informações (consideradas sensíveis pela nova lei) como cor de pele, sexo, religião, partido político, por exemplo, só devem ser repassados às empresas caso faça algum sentido dentro do produto ou serviço que está sendo vendido”, ressalta.

Hogata ainda explica sobre o uso de informações por terceiros da empresa que recebeu os dados do consumidor. “O exemplo desse uso dos dados são as empresas de cobrança que recebem informações pessoais suas para realizar a cobrança em nome da empresa contratada inicialmente. Os dados só poderão ser transferidos para terceiros caso haja autorização clara do dono dos dados pessoais”.

Para Resende, é preciso escolher muito bem com qual empresa compartilhar dados. “Além disso, tem que ler esses termos para entender se está de acordo com o uso que será feito dos dados pessoais. Basicamente o consumidor tem que ficar mais atento aos termos de adesão e às políticas de privacidade das empresas às quais eles submetem seus dados”, explica.

Entre 2012 e 2013 os debates sobre privacidade de dados na Europa se tornaram muito intensos até que em 2014 o parlamento europeu aprovou a criação da General Data Protection Regulation (GDPR) e, em 2016, a regulamentação foi emitida. A GDPR foi um marco no mundo, regulamentando o direito à privacidade de dados, e ela com certeza foi uma inspiração para a LGPD e outras diversas que foram criadas posteriormente a ela.

“Considerando essa origem, os principais fatores que colocaram esse debate em discussão na Europa foram casos de empresas como a Cambridge Analítica, escândalos envolvendo o Facebook, é uma preocupação muito grande com o poder crescente que essas empresas poderiam ter pela quantidade de dados que elas possuem hoje”, opina o CEO da ContactOne.

Ele ainda diz que o tratamento de dados utilizados pelas redes sociais é um dos mais sofisticados do mundo. “Os algoritmos de inteligência artificial mais evoluídos do mundo pertencem às big techs como Facebook, Google, Amazon”, conta.



Alexandre Hogata,
especialista em TI

A LGPD é positiva ou negativa?

Para Hogata, há dois lados: “Para todos os consumidores, vai trazer mais segurança no tratamento dos dados pessoais - isso é indiscutível e abrange a todos sem discriminação”. Mas, ele destaca que colocar em vigor e exigir a adequação durante a pandemia, em que a falta de dinheiro tem prejudicado empresas, é o ponto negativo. “Vemos consultorias forçando para que as empresas fiquem 100% aderentes à nova lei propondo serviços e produtos que dificilmente serão cobrados pela ANPD, que nem regulamentou totalmente a sua execução”, conta.

A Autoridade Nacional de Proteção de Dados - ANPD sinalizou que o momento é da definição de uma regulamentação para a área e principalmente de aprendizado de todos (empresas) e não de multas. “Isso vai dar um fôlego maior para que haja tempo para que as empresas se adequem”, opina Hogata.

O especialista ainda cita algumas formas de se proteger:

“As empresas estão se adequando à LGPD e não querem ver a marca delas envolvidas com vazamento de informações. O consumidor tem sempre que pesquisar a empresa de comércio eletrônico. Fora o Procon, existem outros sites como ReclameAqui que nos ajudam a verificar a boa-fé das empresas em resolver problemas (porque sempre vai ter e temos que sempre avaliar a disposição das empresas em resolver esses problemas). Segue uma lista de preocupações na área de comércio eletrônico:

- 1) Verifique sempre a empresa que está vendendo o produto. Procon, Reclame Aqui, Google, etc.
- 2) Desconfie em promoção mirabolantes pois a maior parte das vezes é algum tipo de golpe.
- 3) Não divulgue as informações pessoais como fazíamos no passado. Avalie se a empresa que está solicitando a informação de fato precisa da informação”.



Coface Barômetro realiza uma análise sobre a situação econômica do mundo

Companhia destaca uma recuperação desigual entre países, setores de atividade e níveis de renda

Ao lançar seu mais recente Barômetro de risco trimestral e seu manual anual de risco municipal e setorial, a Coface, líder em seguro de crédito, destaca uma recuperação desigual entre países, setores de atividade e níveis de renda. Embora o desempenho da China e de outras economias asiáticas esteja impulsionando o crescimento global, as principais economias maduras não retornarão aos níveis de PIB anteriores à crise neste ano. Esse aumento da desigualdade, junto com a insatisfação pública com o manejo da pandemia pelo governo em muitos países, leva ao surgimento de potenciais protestos e violência mais frequentes neste ano.

Um ano após o início da pandemia Covid-19 e da maior recessão global desde o fim da Segunda Guerra Mundial, a Coface estima que o crescimento mundial poderá atingir + 4,3% em média em 2021, enquanto o comércio mundial aumentará + 6,7% em volume (após -5,2% em 2020). Essas projeções pressupõem que as principais economias maduras são capazes de vacinar pelo menos 60% de sua população até o verão. Na verdade, a imunidade de rebanho resultante poderia marcar o fim dos ciclos de interrupção, ou seja, episódios sucessivos de contenção que são prejudiciais à atividade econômica. A queda nas falências de negócios em 2020 em todas as regiões do mundo (-12% em todo o mundo, -22% na zona do euro, -19% na Ásia-Pacífico e -3% na América do Norte), pode ser atribuída a planos de apoio do governo, cuja continuação permitirá que muitas empresas sobrevivam neste ano. No entanto, apesar do impacto destes vários planos de apoio governamental, a Coface antecipa que o choque observado em 2020 conduzirá a um aumento das insolvências em 2022, nomeadamente em Espanha (16%, face a 2019), França (13%), Itália (9%) e Alemanha (6%).

Em seu último Barômetro trimestral, a Coface prevê uma recuperação econômica desigual

- Fortes desigualdades entre os países. Embora o desempenho da China e de outras economias asiáticas (por exemplo, Taiwan, cuja avaliação do país esteja sendo atualizada) esteja impulsionando o crescimento global, as principais economias maduras não retornarão aos níveis de PIB anteriores à crise este ano. E entre eles, países altamente dependentes de atividades de serviços (como Espanha ou Reino Unido) ou que estão atrasados no processo de vacinação terão mais tempo para se recuperar.

- Desigualdades setoriais. Entre as 23 melhorias nas avaliações setoriais neste trimestre, quase metade é atribuída ao setor automotivo, cujo crescimento surpreendeu favoravelmente no segundo semestre de 2020, seguido por construção e química. Sem surpresa, muitas atividades de serviços permanecerão enfraquecidas a longo prazo pela pandemia: o setor de transporte é o mais afetado, com 9 rebaixamentos da avaliação de risco do setor.

- Aumento das desigualdades de renda dentro dos países. Os trabalhadores menos qualificados, os jovens e as mulheres sofreram mais perdas de empregos do que o resto da população, sendo está sobre-representada nas atividades de serviço mais penalizadas. Além disso, exemplos de epidemias anteriores no século 21 destacam que esse aumento na desigualdade de renda será duradouro e promoverá mais agitação social – com a última ocorrendo, em média, um ano após a pandemia real.

A portrait of Alberto Yanez, a middle-aged man with dark hair, smiling warmly at the camera. He is wearing a dark suit jacket over a light-colored, open-collared shirt. 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



As chuvas e os problemas que o seguro pode suprir

Mês de janeiro terminou com 19,3% de chuvas abaixo do esperado

Por Tatiane Pina

As chuvas de verão que ocorrem no mês de janeiro sempre causam estado de atenção nos órgãos responsáveis. O mesmo cenário se repete todos os anos, chuvas fortes, alagamentos, enchentes, ruas inundadas, deslizamentos de terra, casas e comércios invadidos pela água.

No domingo (07/02), Belo Horizonte entrou em estado de atenção após as fortes chuvas do final de semana, vários pontos de alagamentos assustaram moradores da região. No dia 14 de janeiro os bairros de Pirituba, Mandaqui e Vila Zatt, na zona norte de São Paulo, sofreram com as enchentes. Equipes do corpo de bombeiros tiveram que resgatar os moradores em botes.

De acordo com dados do Centro de Gerenciamento de Emergências Climáticas - CGE, da Prefeitura de São Paulo, o mês de janeiro terminou com 207,9mm, sendo que a média esperada para o mês é de 257,5mm, ou seja, o mês mais chuvoso do ano terminou com 19,3% de chuvas abaixo do esperado. Foram 28 dias com precipitação em janeiro, sendo o dia 15 o mais chuvoso com 24,7mm.

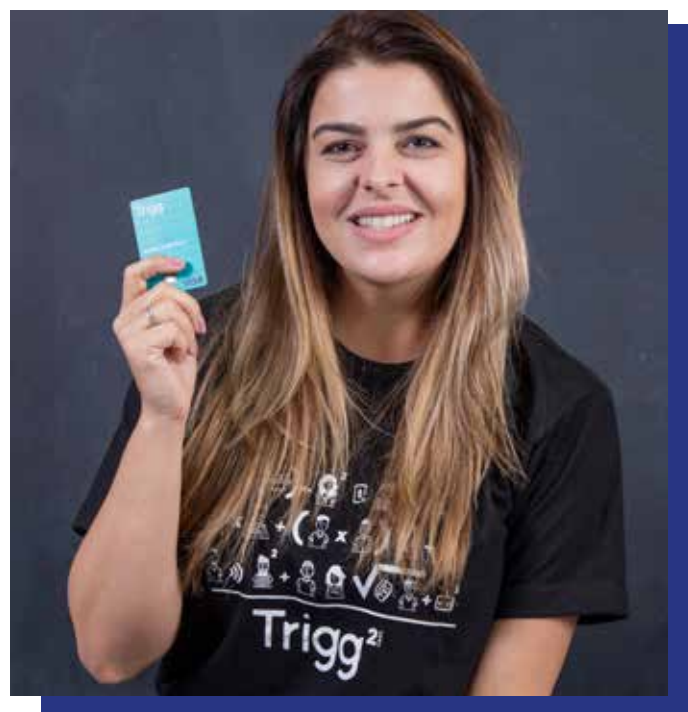
Por outro lado, os reservatórios tendem a aumentar os níveis. A Cantareira iniciou o mês de janeiro com 36,2%, abaixo do nível antes da crise hídrica que era de 44%. Mas, segue em alta, iniciou o mês de fevereiro com 42,7%.

Seguro como proteção

Os operadores do mercado de seguros têm levado a mentalidade de proteção do seguro para cada vez mais pessoas. Em eventuais problemas o seguro pode diminuir os prejuízos. A vida deve ser valorizada, assim como, os bens materiais que tantos lutaram para conseguir.

Os imprevistos acontecem, por isso é importante estar preparado. “Junto com as chuvas, são comuns descar-

gas elétricas de raios e quedas e oscilações de energia que podem danificar geladeiras, televisões, computadores e todos os outros equipamentos eletro eletrônicos que temos em casa. Por isso, recomendamos a cobertura básica (que inclui queda de raio, incêndio, explosão, implosão, fumaça e queda de aeronave) e, adicionalmente, a contratação do seguro para danos elétricos”, orienta Manes



Juliana Almeida,
Head de Marketing da Trigg



Manes Erlichman,
sócio-diretor da Minuto Seguros

Erlichman, sócio-diretor da Minuto Seguros.

Há novidades no mercado e algumas seguradoras já oferecem uma nova cobertura, chamada alagamento. Esse seguro garante, até o máximo de R\$ 30 mil, os prejuízos causados ao imóvel e/ou conteúdo decorrentes de: alagamento, inundação e enchentes resultantes de acúmulo de água nas ruas, por problemas de drenagem ou transbordamento de lagos e rios em função de fortes chuvas. Como complemento, há possibilidade de incluir cobertura para vendaval, furacão, ciclone, tornado e queda de granizo.

Para Juliana Almeida, Head de Marketing da Trigg, a melhor prevenção é a manutenção antecipada. “O ideal seria avaliar, antes das chuvas chegarem, como estão as janelas, qual a situação do seu telhado, se existe necessidade de realizar algum conserto nas telhas e se as calhas estão devidamente livres de resíduos, para evitar entupimentos”, aconselha. Também é importante verificar a limpeza de canos de grande utilização, como os da cozinha. Para quem mora em apartamento, a maior atenção deve ser com as janelas: se elas estão em perfeito estado de vedação. “Com o aumento

do home office, as pessoas precisam adaptar o lar para garantir a segurança. Por exemplo: quem faz uso de equipamentos como laptop e PC, o ideal seria estar com a manutenção do equipamento em dia para evitar problemas na utilização”, orienta Juliana.

Na contratação do seguro o CEP é informado a seguradora para poder precificar o seguro para o local da residência. “As seguradoras verificam a experiência daquela região e a maioria consegue precificar o seguro de acordo com o perfil do CEP. Porém, se o cliente não contratar a cobertura de alagamento (ou qualquer outra) e ocorrer o fato, ele não terá cobertura. É importante que se informe sobre o local do imóvel para poder escolher o tipo de cobertura mais adequada”, explica Erlichman. Ele ainda diz que em alguns casos não é necessário a vistoria no local, somente informar os equipamentos danificados e apresentar orçamentos para o devido reparo. “Atualmente as seguradoras também solicitam fotos dos bens danificados. Não sendo possível o conserto, a seguradora indenizará o cliente conforme as condições definidas no contrato”, explica. Mas, o sócio-diretor da Minuto Seguros ainda ressalta que, a cobertura é submetida a análise e pode não ser aprovada pela seguradora, em função do índice de sinistralidade do local.

Home Protegida

Recentemente, a Trigg lançou uma assistência para residências, a Home Protegida. Com o produto, o cliente consegue manter a manutenção do imóvel, e em casos de emergências ele terá suporte. Além disso, o produto não possui carência, o que facilita na hora de solicitar serviços, trazendo mais agilidade no atendimento. “Na formatação da Home Protegida, a oferta ficou muito mais abrangente, pois ela soma diversos serviços de assistências em um mesmo pacote. Os clientes contam com chaveiro, socorro elétrico e hidráulico, vidraceiro, consertos da linha branca/marrom de eletrodomésticos, assistência para Laptop e PC e ainda concorrem mensalmente a R\$10.000 pela Loteria Federal”, explica Juliana.

A grande maioria dos seguros não cobrem os chamados “desastres naturais”, que correspondem a problemas causados por descargas elétricas de raios e trovões, enchentes, desgastes causados pelas chuvas intensas e problemas de eletricidade com as altas temperaturas.

“Acredito que as assistências suprem muito bem o leque de serviços para o dia-a-dia”, opina. Todo o serviço financeiro é feito via app.

Mapfre registra lucro líquido de R\$ 606 milhões em 2020

Volume de prêmios da companhia totalizou R\$ 18,4 bilhões (3 bilhões de euros), aumento de 5,1% em relação a 2019

A Mapfre Brasil apresentou lucro líquido de R\$ 606 milhões de reais (102 milhões de euros) em 2020, um crescimento de 41,8% em relação ao ano anterior. O volume de prêmios da companhia no País totalizou em R\$ 18,4 bilhões de reais (3,085 bilhões de euros), 5,1% superior ao registrado em 2019.

O destaque ficou por conta da área de Seguros Gerais, que contabilizou R\$ 8,5 bilhões (1,43 bilhão de euros) em prêmios, seguida pelo ramo de Vida, com R\$ 7,2 bilhões (1,2 bilhão de euros), e de Seguro Auto, que gerou R\$ 2,6 bilhões (444 milhões de euros) em prêmios.

“Mesmo em um ano extremamente desafiador, conseguimos manter a trajetória de crescimento. Em 2021, seguiremos focados na eficiência operacional e na melhoria do atendimento ao cliente. Para isso, apostamos na inovação e na digitalização de processos que garantam uma ótima experiência aos nossos distribuidores e consumidores”, afirma o CEO da Mapfre Brasil, Fernando Pérez-Serrabona. “Os esforços também serão voltados a uma gestão técnica rigorosa e a uma política de precificação competitiva, adequada ao valor percebido de nossos produtos pelos clientes”, conclui.

De acordo com Oscar García-Serrano, diretor geral de Finanças, Administração e Meios, os resultados do Brasil são consequência de um controle operacional cauteloso e de políticas comerciais adequadas à nova realidade. “Apesar das dificuldades enfrentadas ao longo do ano, seguimos investindo fortemente no País, com aportes focados, por exemplo, na modernização de nossas estruturas em todo o Brasil, o que prepara a companhia para impulsionar sua trajetória de crescimento nos próximos anos”.



Fernando Pérez-Serrabona,
CEO da Mapfre Brasil

A Mapfre no mundo

A receita global do grupo Mapfre em 2020 chegou a 25,419 bilhões de euros (R\$ 151,79 bilhões), uma queda de 10,7% em relação a 2019. Os prêmios caíram 11,1%, chegando a 20,482 bilhões de euros (R\$ 122,3 bilhões).

Os resultados foram impactados pela queda da atividade econômica mundial, pela depreciação das principais moedas da América Latina, Turquia e Estados Unidos (1,6 bilhão de euros), a ausência da apólice bial da Pemex emitida em 2019 (445 milhões de euros) e a redução dos prêmios de Vida-Poupan-

ça na Península Ibérica (755 milhões de euros). Sem esses impactos, o crescimento subjacente teria sido ligeiramente acima de 1%.

O lucro do grupo no período foi de 527 milhões de euros (R\$ 3,1 bilhões), o que representa uma queda de 13,6% em relação ao ano anterior. Afetaram o resultado, entre outros fatores, os sinistros derivados da COVID-19, que só no negócio de resseguros chegaram a 80 milhões de euros, e os terremotos em Porto Rico, com um custo total de 69 milhões de euros. Excluindo este efeito de sinistralidade extraordinária e a imparidade do goodwill (132 milhões de euros), o lucro de 2020 mantém-se estável com um ligeiro crescimento (0,2%) face ao ano anterior numa base comparativa homogênea.





SulAmérica entra para anuário global de sustentabilidade da S&P Global

Reflexo de sua consistente agenda ASG (ambiental, social e de governança), a SulAmérica foi anunciada entre as companhias de melhor desempenho em sustentabilidade do mundo e incluída no Sustainability Yearbook 2021, organizado pela agência de análise de risco Standard and Poor's (S&P) Global. Para serem listadas no anuário global, as empresas devem pontuar entre as 15% melhores em seu setor.

Nesta edição, o anuário da S&P Global registrou um recorde na quantidade de dados sobre sustentabilidade avaliados. Ao todo foram analisadas mais de 7 mil corporações, classificadas entre 61 setores da indústria em um robusto processo de análise de dados e práticas. O levantamento oferece para acionistas, executivos e toda a sociedade informações independentes e transparentes sobre o compromisso dessas organizações com a agenda ASG.

"Os fatores ASG há anos permeiam a estratégia de negócios da SulAmérica e o relacionamento com a sociedade.

O reconhecimento por instituições de credibilidade e que atuam de forma independente nos move a ampliar sempre mais o compromisso com as principais demandas da sociedade, sendo parte ativa na busca pelas melhores práticas e soluções, enquanto trabalhamos para entregar um cuidado de Saúde Integral para as pessoas", afirma Patricia Coimbra, vice-presidente de Capital Humano, Administrativo e Sustentabilidade da SulAmérica.

A trajetória de sustentabilidade da SulAmérica é pautada em compromissos públicos importantes, como o Pacto Global, os Princípios para a Sustentabilidade em Seguros e os Princípios para o Investimento Responsável, que são iniciativas ligadas à ONU e servem para direcionar a forma como a companhia gerencia riscos e oportunidades socioambientais e se relaciona com a sociedade. Recentemente, a companhia foi reconhecida pelo Índice Bloomberg de Igualdade de Gênero 2021 (GEI - Gender-Equality Index), que lista as empresas de capital aberto mais comprometidas com a equidade de gênero e com a transparência em seus relatórios sobre o tema.



Portal Nacional de Seguros

www.segs.com.br

O mundo do seguro em um clique!

A maior audiência do segmento

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



Como cuidar da saúde mental com excesso de informações?

Mais de 40% das pessoas apresentaram tristeza ou depressão durante a pandemia

Por Tatiane Pina

Isolamento social, diminuição ou perda da renda, excesso de trabalho ou desemprego, perda de entes queridos, a pandemia de covid-19 não trouxe apenas o Sars-CoV, o contexto pandêmico impactou a vida de milhares de pessoas de formas diferentes. Atualmente, mais de 200 mil pessoas morreram em decorrência do coronavírus, e outras milhares sofreram a perda dos entes.

O estudo “ConVid Comportamentos”, realizada em parceria pela Fiocruz (Fundação Oswaldo Cruz), a Unicamp (Universidade Estadual de Campinas) e a UFMG (Universidade Federal de Minas Gerais), e coordenada por Barros na Unicamp, ouviu 45.161 brasileiros e revelou que 40,4% das pessoas sentiram tristeza ou depressão durante a pandemia. Cerca de 52,6% apresentaram nervosismo ou ansiedade na maioria do tempo.

“A depressão está relacionada com a disfunção nos neurotransmissores, mensageiros químicos que controlam as nossas sensações. Perda, luto, traumas, excesso de internet, mudanças nos padrões da educação atual, tudo isso pode resultar em depressão na juventude ou na fase adulta e já há muitos casos até mesmo na infância”, diz Fabiano de Abreu, neurofilósofo, filósofo, neurocientista e psicanalista. Ele ainda diz que, perda, luto, traumas, excesso de internet, mudanças nos padrões da educação atual, tudo isso pode resultar em depressão na juventude ou na fase adulta e já há muitos casos até mesmo na infância.

Já a ansiedade é algo normal quando temos uma entrevista de emprego uma viagem programada ou vamos encontrar alguém. Como saber quando deixa de ser “normal” e passa a necessitar de ajuda profissional? “Pelos sintomas; há muitos e variam de acordo com a intensidade e permanência constante. Suor, sentimento de asfixia, sensação de falta de ar, palpitações cardíacas, coração palpitante ou ritmo cardíaco acelerado, entre outros sintomas. Qualquer percepção de que algo não anda bem, qualquer desconforto ou falta de equilíbrio emocional, já pode pensar em procurar um profissional da saúde”, orienta.

A redação do Exame Nacional do Ensino Médio – ENEM foi sobre saúde mental, um tema muito abordado no ano passado, em que as pessoas tiveram que readaptar suas vidas. No mês de janeiro, a Campanha “Janeiro Branco” está cada vez mais ganhando destaque. A campanha ao estilo da Campanha Outubro Rosa e da Campanha Novembro Azul. O objetivo é chamar a atenção da humanidade para as questões e necessidades relacionadas à Saúde Mental e Emocional das pessoas e das instituições



Fabiano de Abreu,
Neurocientista,
Neuropsicólogo, Psicólogo,
Psicanalista, Jornalista e
Filósofo.

humanas. O evento promove palestras, oficinas, cursos, workshops, entre outros.

Há vários métodos que ajudam a manter a saúde mental, entre eles a prática de exercícios físicos e uma boa alimentação. “A maioria dos neurotransmissores necessitam de aminoácidos essenciais, que o organismo não produz e é necessário para o seu funcionamento, por isso alimentos específicos para a memória, para aumento da dopamina, serotonina, entre outros”, explica o neurofilósofo. “Nossos pensamentos também envolvem a produção desses mensageiros químicos, por isso, o uso da inteligência emocional, para um melhor controle das emoções e melhores estratégias de comportamentos e hábitos para uma melhor saúde mental, torna-se primordial para uma melhor qualidade de vida”, orienta.

A inteligência emocional é grande aliada na descoberta dos chamados “padrões de comportamento”, eles são atitudes e modos de agir que, conscientemente, desconhecemos a causa. Por exemplo, quando somos agressivos em alguma situação, sem motivo aparente. Sigmund Freud já defendia que apenas uma pequena fração das nossas memórias encontra-se ativada, demarcando os limites da consciência. Todas as demais estão em estado latente, ou seja, escondidas.

O autoconhecimento é importante para reconhecer quando é necessário buscar ajuda. “Quando familiares e amigos já nos dão indícios que algo está errado. Quando há desconforto na reação social ou consigo mesmo. Se falta equilíbrio, se não está confortável, se o comportamento sugere observações negativas, é hora de buscar ajuda e/ou mudança”, explica Abreu.



Tokio Marine remunera Corretor em até 24h após emissão de apólice

Modalidade de pagamento de comissão vale para todos os produtos com a opção de compra por cartão de crédito

Cada vez mais empenhada em ser 'A Casa do Corretor', a Tokio Marine, uma das maiores Seguradoras do País, reforça a importância da velocidade no comissionamento destes profissionais. Desta forma, em pagamentos de produtos realizados por meio de cartão de crédito, a Companhia realiza a remuneração da comissão em até 24h após a emissão da apólice e a autorização da transação pela operadora.

Essa agilidade no pagamento da comissão ao Corretor não está restrita apenas ao seguro Auto Individual. A opção de pagamento via cartão de crédito também é aceita pela Tokio Marine nos seguintes produtos: Auto Frotas; Residencial; Vida Individual; Aluguel (de acordo com a imobiliária); empresarial; e Simples Vida - VG e AP.

"A Tokio Marine tem realizado esforços contínuos no

intuito de fortalecer a parceria com o Corretor e o pagamento da comissão em até 24h após a emissão da apólice para os produtos pagos pelos clientes com cartão de crédito é mais uma das medidas nesse sentido. Somos uma Seguradora reconhecida pelo forte relacionamento que mantemos com nossos Parceiros de Negócios", afirma João Luiz de Lima, Diretor Comercial Nacional Varejo da Tokio Marine.

Além do compromisso em oferecer as melhores soluções ao Corretor de seguros, a Tokio Marine preza por proporcionar a melhor experiência e condições para os seus Clientes. Ao adquirir um produto da Companhia por meio de cartão de crédito, além de poder parcelar em até 12 vezes, o Cliente não tem o limite de seu cartão comprometido, uma vez que o débito é realizado mensalmente.

Assurant anuncia Elza Eraclide como nova líder de Compliance no Brasil

Com mais de 12 anos de experiência no setor jurídico e Compliance, a executiva se une ao time de especialistas

A Assurant anuncia a chegada de Elza Eraclide como nova Gerente da área de Compliance no Brasil, reportando-se a Gerardo Vargas, diretor de Compliance para a América Latina e ao presidente da empresa no Brasil, Ricardo Fiuza. Com mais de 12 anos de experiência no setor jurídico e Compliance, a executiva se une ao time de especialistas da Assurant para somar seus conhecimentos em regulatório bancário, mercado de capitais, seguros e atuar em parceria com todas as divisões de negócios da seguradora.

Advogada formada pelo Centro Universitário das Faculdades Metropolitanas Unidas - FMU, com pós-graduação em Legislação Societária e Regulamentação dos Mercados Financeiros pela Escola Superior de Direito - ESA.

Qsaúde contrata José Carlos Silva como líder da área Comercial

Profissional com extensa bagagem no mercado de saúde suplementar, liderou times de vendas em grandes capitais

José Carlos Silva, de 53 anos, assume como líder da área Comercial do Qsaúde. Profissional experiente na área de vendas do mercado de saúde suplementar - só na Qualicorp trabalhou por 12 anos em diferentes períodos -, José Carlos, mais conhecido como Zé Carlos, chega ao Qsaúde com o desafio de ampliar o time de vendas da empresa e de estreitar o relacionamento com corretores.

Paulistano, Zé Carlos é formado em Gestão e Planejamento de Marketing e Vendas e tem mestrado em Gestão Empresarial, ambos pela Universidade Anhembi Morumbi. É dono de um visual inconfundível, sempre com pares de sapatos estilosos, meias coloridas e blazers muito bem alinhados, que combina com sua personalidade cativante.

AXA XL nomeia Michael Yeats para liderar as operações de resseguro na América Latina

Executivo trabalhou como Deputy Office Leader e subscritor na empresa em Bogotá de 2012 a 2016

AXA XL nomeou Michael Yeats como head para América Latina, Resseguro. Baseado em Bogotá, Colômbia, Yeats se reportará a Peter Schmidt, CEO de Mercados Emergentes, Resseguro.

Yeats veio da Munich Re, onde mais recentemente ocupou o cargo de Vice-presidente de Engenharia e Transportes Especiais para as Américas. Anteriormente, ocupou o cargo de Gerente para Treaty Client para a América do Sul e Chefe de Resseguro para Transportes (América Latina e Caribe, Espanha, Portugal) na mesma organização. Michael conhece a AXA XL, tendo trabalhado como Deputy Office Leader e subscritor em Bogotá de 2012 a 2016.

Com forte crescimento no Nordeste, Icatu Seguros reforça equipe de vendas

Durvalice Fontana, que possui mais de 30 anos de experiência, é a nova integrante do time de especialistas

A Icatu Seguros anuncia a mais nova integrante do time de especialistas no Nordeste: Durvalice Fontana, profissional com mais de 30 anos de experiência em diversas áreas da atividade seguradora e com passagem por companhias de grande porte no mercado e inclusive multinacionais.

Durvalice vai atuar como consultora e dará suporte aos corretores da Icatu, com foco na região Nordeste, que vem registrando um ótimo desempenho, na contramão do mercado. "Estou muito feliz em fazer parte do time de consultores da Icatu e poder contribuir no alcance dos objetivos da empresa, conhecida pela excelência dos produtos e serviços ofertados aos clientes", explica a executiva.

Roberto Rittes é o novo CEO da Tempo Assist

Executivo assume o lugar de Gibran Marona, que passa a integrar o Conselho da empresa

A Tempo Assist passa a ser presidida por Roberto Rittes, ex-CEO da Nextel Telecomunicações, a partir de 8 de fevereiro. O executivo, formado em Administração pela Fundação Getúlio Vargas, com MBA pela Harvard Business School, assume o lugar de Gibran Marona que, após 12 anos, seis deles como CEO, decidiu dedicar-se a outros projetos, mas sem se desligar totalmente da companhia. Gibran assumirá uma posição no conselho de administração da companhia.

Roberto Rittes, que tem vasta experiência no setor de serviços e em transformação digital, vai aproveitar esse bom momento e a experiência da empresa em prestar serviços complexos Brasil a fora, por meio de uma ampla rede de parceiros, para aproximar a empresa de consumidores que não têm seguro, expandindo para novas verticais, como montagem de móveis, mercado que movimenta aproximadamente 15 milhões de serviços por ano, por exemplo.

Gabriel Rego é o novo diretor comercial da BenCorp

Executivo tem formação em Direito e MBA em Negócios, e mais de 20 anos de experiência

A BenCorp apresenta Gabriel Rego como novo diretor comercial. O executivo, que tem formação em Direito e MBA em Negócios, Gestão e Estratégia Empresarial, chega com a tarefa de elevar a marca de 200 clientes que a empresa tem hoje para acelerar a presença da companhia em grandes parceiros.

Gabriel Rego acumula mais de 20 anos de experiência, com passagens pela Assist Card no Perú como Country Manager e no Brasil como Diretor Comercial, também foi Gerente de Operações no Carrefour. A sua expertise será essencial no desenvolvimento dos serviços da consultoria, que agora tem seu olhar centralizado na inteligência de dados, consolidação de informações para atuação preventiva e maior desempenho frente às exigências dos órgãos governamentais de saúde

GBOEX promove nova reestruturação e integra áreas comercial, de comunicação e marketing

Gestão permite um relacionamento mais eficaz entre os colaboradores dos setores, corretores de seguros e clientes

O GBOEX reformulou sua operação com a unificação das superintendências comercial e de marketing, criando a Superintendência Comercial, Comunicação e Marketing, cuja responsabilidade ficou a cargo da executiva Ana Maria Pinto. Graduada em Administração de Empresas, especialista em Marketing Digital e em Gestão Comercial de Seguros pela Escola Nacional de Seguros, Ana Maria estava à frente da Superintendência de Marketing desde 2019.

Ana Maria possui 26 anos de experiência no setor - 20 deles no GBOEX -, foi presidente do Clube da Pedrinha do Rio Grande do Sul nas gestões de 2018-2019 e 2019-2020. Na organização, atualmente, segue no corpo diretivo, além de atuar como diretora-adjunta da área de Planejamento e Comunicação do Clube de Seguro de Vida e Benefícios (CVG/RS).

Leonardo Lourenço assume como diretor da Simple2u

Executivo tem sólida experiência no desenvolvimento de produtos e serviços comercializados em diferentes canais de distribuição

A Simple2u, seguradora digital do Grupo Mongeral Aegon lançada em outubro, anuncia Leonardo Lourenço como diretor da empresa. Com mais de vinte anos de atuação no mercado de seguros, o executivo possui amplo conhecimento em planos de previdência, seguro de vida e capitalização. Lourenço tem sólida experiência no desenvolvimento de produtos e serviços comercializados em diferentes canais de distribuição, como corretores independentes, e-commerce e parcerias. Ingressou no Grupo Mongeral Aegon em 2005 e já passou pelos cargos de gerente de Produtos, superintendente de Marketing e Produtos e diretor de Serviços de Marketing. Com formação em Administração de Empresas pela PUC, o executivo possui MBA em Marketing pelo Instituto de Administração e Gestão da mesma instituição.

Liberty Seguros anuncia Delane Giannetti como nova Diretora de Recursos Humanos

Executiva assumiu o novo cargo e substituirá a posição de Ademir Marques, que se aposentou no ano passado

A Liberty Seguros anuncia sua nova Diretora de Talento, Delane Giannetti. A executiva assumiu o novo cargo e substituirá a posição de Ademir Marques, que se aposentou no ano passado após 39 anos de atuação na companhia.

Delane contabiliza mais de 15 anos trabalhando no Grupo Liberty e já esteve à frente de todas as divisões da área de Recursos Humanos da companhia. A executiva foi responsável por diversos projetos locais e globais como: Talento & Cultura, Diversidade & Inclusão e Implantação do Modelo de Consultoria Interna no Brasil, além de estar à frente do Comitê de COVID-19, responsável pelas soluções e melhorias durante a pandemia.

Pottencial Seguradora anuncia novo diretor comercial

Cláudio Lendecker está na Companhia desde 2016 e se destacou como diretor de Seguros Imobiliários

A Pottencial Seguradora anunciou Claudio Lendecker como novo diretor comercial da Companhia. Lendecker ocupava a posição de diretor de Seguros Imobiliários, tendo sido responsável por importantes conquistas à frente da área. No último ano, a Pottencial Seguradora entrou forte no segmento de varejo pessoa física, consolidando o produto fiança locatícia com mais de R\$ 110 milhões em prêmios e alcançando a vice-liderança na comercialização do produto. "Estou bastante otimista com os desafios e animado por poder contribuir ainda mais para que a Pottencial continue crescendo, se fortalecendo e conquistado cada vez mais espaço no mercado", disse Lendecker.

Grupo Bradesco Seguros divulga resultados de 2020

Lucro Líquido de R\$ 5,1 bilhões, o que representou decréscimo de 31,3% em relação ao montante verificado em 2019

O Grupo Bradesco Seguros registrou, em 2020, Lucro Líquido de R\$ 5,1 bilhões, o que representou decréscimo de 31,3% em relação ao montante verificado em 2019. O desempenho foi impactado, principalmente, pelo comportamento dos índices econômico-financeiros, que influenciou o Resultado Financeiro e a atualização das Provisões Técnicas, e pelo aumento do Índice de Sinistralidade, fruto da retomada gradual da demanda por procedimentos eletivos que estava reprimida em razão do distanciamento social decorrente da pandemia de Covid-19. O Faturamento atingiu R\$ 73,7 bilhões, acusando recuo de 5,1% ante o registrado em 2019.

As Provisões Técnicas do Grupo cresceram 3,6%, para R\$ 285 bilhões, correspondentes a cerca de um quarto de todo o mercado segurador brasileiro, e os Ativos Garantidores dessas Provisões evoluíram 4,2%, chegando a R\$ 320 bilhões.

Já a rubrica Outras Despesas Administrativas teve redução de 5,7%, na comparação entre os quartos trimestres de 2020 e 2019, e 3,8% no acumulado do ano, favorecendo o Índice de Eficiência Administrativa do Grupo, que ficou estável no patamar de 4,0%. O valor pago em indenizações e benefícios atingiu R\$ 33 bilhões, correspondente a uma média diária de cerca de R\$ 130 milhões, mantendo estabilidade com relação ao montante registrado em 2019.

Nesse cenário, o Grupo Bradesco Seguros concentrou

sua estratégia de atuação na cobertura de novos riscos, flexibilização de prazos, agilidade na contratação, corretagem mais dinâmica e consultiva e, principalmente, no investimento em tecnologia e inovação.

A companhia expandiu e aperfeiçoou seus canais digitais de comercialização, cujas vendas cresceram 52% em 2020, na comparação com o ano anterior, atingindo a marca de R\$ 1 bilhão, com aumento de 15% na quantidade de itens distribuídos.

O aplicativo da Bradesco Seguros atingiu 6,3 milhões de downloads em dezembro. Vale destacar que 90% dos reembolsos de Saúde e 81% dos sinistros de seguro Auto foram concluídos por processo digital (58% e 43%, respectivamente, pelo sistema de autoatendimento) e mais de 200 mil propostas de planos de Previdência Privada foram validadas pelo aplicativo do Bradesco.

Para agilizar o suporte a seus beneficiários, a Bradesco Saúde desenvolveu soluções como o Portal Coronavírus, repositório completo de informações durante a pandemia, e o “Saúde Digital”, sistema de telemedicina disponível 24h, que superou a marca de 70 mil atendimentos em 2020.

A empresa também expandiu sua linha de planos regionais, lançando os Efetivos Campinas, Paraíba, Ceará, Piauí, Potiguar e Gaúcho. No total, o produto está disponível em 13 estados e no Distrito Federal, reunindo cerca de 70 mil beneficiários. No quarto trimestre de 2020, foram

lançados os planos São Paulo+ e Rio+, ampliando a abrangência desses Efetivos.

Em dezembro, a rede de Clínicas Meu Doutor Novamed completou cinco anos em operação, somando mais de 530 mil atendimentos em suas 19 unidades no país, incluindo as clínicas in company. Foram inauguradas em 2020 as unidades de Curitiba (PR), São Bernardo do Campo (SP), Botafogo e Centro (RJ).

No segmento de Previdência, a Bradesco Vida e Previdência desenvolveu novas opções de produtos na grade de planos individuais e empresariais, buscando atender a demanda dos clientes por maior diversidade de fundos previdenciários e ajustar o portfólio à realidade do mercado. Em outra frente, ampliou os canais digitais e aplicativos disponíveis aos gerentes para vendas online, incluindo ferramenta para mobile e assinatura eletrônica por biometria. Em Seguro de Vida, a empresa implantou o aviso de sinistro, o aceite de propostas para correntistas Bradesco e a gama completa de informações sobre produtos do segmento em meio digital.

Já em Seguro Auto e Ramos Elementares, a Bradesco Auto/RE adotou o parcelamento do pagamento do prêmio em apólices individuais com vencimento, tanto para renovação quanto para novos contratos, assim como a autovistoria na aquisição de todos os produtos. A empresa também aprimorou as coberturas para atividades comerciais na residência e seguro empresarial, tendo em vista a proteção do trabalho à distância, e reforçou o conceito multicanal, agregando novas funcionalidades aos aplicativos Assistência Dia & Noite e Bradesco Corretor.

No que diz respeito aos corretores, o Grupo Segurador, embora operando em regime de home office desde o início da pandemia, estreitou contato com esses profissionais, oferecendo todo o suporte necessário por meio de canais como o Portal de Negócios e o Aplicativo BS Corretor. O Grupo contou com o apoio da UniBrad – Universidade Bradesco e da UniverSeg – Universo do Seguro, intensificando treinamentos e promovendo lives com temas como capacitação em ambiente virtual e novos caminhos para a oferta de seguros.

Argo Seguros lança o ‘Argo Day’ e amplia proximidade com os corretores

Primeiro evento fez uma atualização sobre o produto Empresarial da seguradora e apresentou mais detalhes do ‘RC Condutor’

AArgo Seguros reuniu mais de 400 profissionais na última semana durante o “Argo Day”, encontro online que acontecerá mensalmente com o objetivo de ampliar ainda mais a relação com os corretores e assessorias. O evento teste, realizado em forma de Live, contou ainda com sorteio de brindes.

O primeiro Argo Day fez uma atualização sobre o produto Empresarial da seguradora e apresentou mais detalhes do ‘RC Condutor’, o único seguro vinculado à Carteira Nacional de Habilitação no Brasil, que deve ser lançado oficialmente em breve. Para Mariana Miranda, Head Marine e Corporate Sales, o encontro tem tudo para fazer parte do calendário oficial dos parceiros, já que além de ser um evento mensal, será muito focado em atualização e negócios.



Ivan Vasconcellos,
equipe comercial da Argo Seguros



Mariana Miranda,
Head Marine e Corporate Sales

“Nesse primeiro encontro conseguimos atualizar os corretores, parceiros e as assessorias sobre nossos produtos, destacando os diferenciais e as novidades. Como somos uma seguradora especialista no desenvolvimento de produtos de nicho com foco em inovação, tecnologia e inclusão social, esse tipo de evento estimula o fomento de novos negócios, o que é bom para ambas as partes. Tenho certeza de que outras novidades surgirão a partir dessas Lives, não apenas no desenvolvimento de produtos, mas também em ferramentas para o dia a dia”, disse.

Para dar suporte as futuras iniciativas que eventualmente surjam desses e outros encontros, a seguradora recentemente montou uma equipe comercial para atendimento aos corretores, parcerias e marketing; e para reforçar o time, contratou o executivo Ivan Vasconcellos. Com 23 anos de carreira, está há mais de 10 anos no mercado segurador trabalhando em grandes grupos nacionais e internacionais.

“Nossa atenção é ouvir a voz do corretor, dos parceiros e das assessorias. Todo o nosso trabalho está em prover soluções que facilitem o dia a dia dos nossos canais de vendas. A ideia é trazer elementos do marketing para apoiar os corretores em sua experiência conosco, promovendo a marca Argo como uma seguradora digital e de inovação”, concluiu Ivan.



Brasil passa a ter um regramento de licitações mais moderno

As mudanças no seguro garantia farão com que as obras sejam realmente cumpridas, gerando menos corrupção e desvio do dinheiro público

Por Thais Martins

Com 12 anos de trajetória, a Fator Seguradora já acompanhou diversas nuances do mercado brasileiro. E, agora, participa de perto sobre o grande tema em discussão: a nova lei de licitações e seus impactos nas mudanças no seguro garantia. “Nosso grande diferencial é ter um conhecimento profundo sobre o Brasil, visão que muitas multinacionais não possuem quando tentam trazer para cá seus modelos de negócios e tentam ‘tropicalizar’. Quando falamos em seguro garantia é nítido que ainda estamos engatinhando diante de outros países, como os Estados Unidos, que o utiliza há mais de 100 anos. Portanto, é um produto que funciona. Lá o percentual de obras inacabadas é infinitamente menor do que aqui”, aponta o diretor de Seguro Garantia da companhia, Pedro Mattosinho.

A discussão é antiga. O assunto ‘seguro garantia’ é debatido há mais de 10 anos. “Chega a ser inacreditável, mas não é um tema de solução rápida mesmo, pois existem inúmeros interesses envolvidos, e cada grupo se sente prejudicado ou beneficiado em determinados momentos.

Existe a pressão, a questão do lobby envolvida... sem dúvidas, é um cabo de guerra forte”, diz o diretor da Fator, que complementa: “Porém, agora demos um passo importantíssimo. O Brasil passa a ter um regramento mais moderno do ponto de vista das licitações. Realmente era muito confuso e antiquado. Quando o Estado faz essa alteração, enxergamos uma modernização no sentido de ter as obras realmente cumpridas, entregues. Isso gera menos corrupção, menos desvio do dinheiro público e faz com que o processo funcione com mais eficácia”.

O lado bom

A lei 8.666/1993 passou por mudanças com o Projeto 6814/2017. A legislação, até então, era razoavelmente flexível referente ao seguro garantia. “Antigamente, o percentual variava entre 5% e 10%. Agora, um dos pontos em questão é o aumento do limite para obras de grande vulto, que pode chegar até 30% do valor do contrato. Sabemos que em alguns países isso chega a ser 100%. Porém, o Bra-

sil tem dimensões continentais e entes federativos diferentes, cada um com uma estrutura. A nova lei tenta equilibrar as necessidades envolvidas”, analisa Mattosinho.

De acordo com o executivo, a seguradora tem agora uma responsabilidade muito maior. “Isso significa que vamos ter que ser mais exigentes no processo de subscrição, com a obrigação de analisar os possíveis riscos nesse novo cenário e participar de perto da elaboração do projeto, ao lado do corretor de seguros e dos tomadores de garantia. Teremos que ter uma profundidade maior na análise dos clientes e entender se o que está sendo proposto é viável ou não dentro do prazo, preço e nas suas especificações. Vamos ter o direito de sugerir alterações e melhorias. Precisaremos estar muito atentos e ter confiança no cliente, pois assumir 30% é alto. Será uma atuação em conjunto. Até então, as coisas eram feitas de forma muito mais superficial”.

Para o governo, o propósito é que as obras sejam, de fato, terminadas. “A nova legislação indica um dimensionamento para que a seguradora assuma a obra e a conclua. Quando se vê uma construção inacabada é desperdício de dinheiro público. Com o passar do tempo, a estrutura se deteriora e uma série de problemas passam a existir. Por isso, o momento é para nos readaptarmos e revisitarmos todos os processos para que estejamos preparados para essa nova etapa”, indica o diretor.

Entraves

“O ponto negativo, mas não é por conta da lei, é que temos poucas obras que se qualificam atualmente para esse novo enquadramento, pois a economia e o governo tem suas fragilidades fiscais. No meu ponto de vista, outro pro-

blema é que as construtoras e as empreiteiras, como as da Operação Lava-Jato, possuem seus problemas jurídicos, e existe uma certa lacuna no mercado para as companhias nacionais assumirem as grandes obras. Mas, isso será preenchido conforme o país se recuperar financeiramente”, reflete Mattosinho.

Para as construtoras será preciso uma real mudança de comportamento, afinal a questão do seguro garantia sempre foi o menor ponto dentro do processo de contratação. Na visão do executivo da Fator, sempre foi verificado apenas a viabilidade técnica e, no último momento, mencionava-se a necessidade de ter uma garantia. “Como o percentual era pequeno, isso não era um problema. Agora, com o valor mais agressivo, não será fácil conseguir garantia de forma imediata. As empreiteiras terão que trabalhar lado a lado no sentido da transparência, executar dentro do prazo estipulado e mostrar subsídios para entendermos a viabilidade da obra. Também será chamado para sentar à mesa o corretor de seguros com o intuito de agregar valor para a operação”.

Além do direito de acompanhar a elaboração do projeto, a seguradora pode também realizar um serviço de monitoramento preventivo da obra. “Não vamos mais esperar a conclusão da construção para saber que temos um problema. Agora será possível acompanhar um cronograma, visualizar as etapas e agir com o intuito de cumprir os termos do contrato proposto. É uma questão de aproximação, de estar perto do cliente desde o início. O que era uma relação muito distante, passa a ser agora de parceria, de conhecimento e gestão do projeto em sua totalidade. A seguradora que cobra mais barato, emite mais rápido e faz menos pergunta não vai mais existir”, finaliza Mattosinho.

“Chega a ser inacreditável, mas não é um tema de solução rápida mesmo, pois existem inúmeros interesses envolvidos, e cada grupo se sente prejudicado ou beneficiado em determinados momentos. Existe a pressão, a questão do lobby envolvida... sem dúvidas, é um cabo de guerra forte”.

Pedro Mattosinho,

Diretor de Garantia da Fator Seguradora





MAG Seguros discute inovação e o futuro do mercado no Potencialize 2021

Terceira edição do evento realizado pela companhia ocorreu de forma 100% online e contou com palestras de David Roberts e KondZilla

A MAG Seguros reuniu colaboradores, corretores e parceiros para discutir o futuro do mercado de seguros e os impactos da pandemia na terceira edição do Potencialize. Pela primeira vez em formato digital e respeitando todos os protocolos de segurança, o evento registrou a participação de mais de duas mil pessoas conectadas, que acompanharam as palestras e bate-papos sobre o segmento. Os corretores concorreram, ainda, a diversos prêmios.

Como parte da programação, o Congresso contou com apresentações de um dos maiores especialistas em tecnologia disruptiva e inovação da atualidade, David Roberts, e o produtor e empresário brasileiro, KondZilla, além da participação do presidente do Conselho de Administração da MAG Seguros e do Instituto de Longevidade Mongeral Aegon, Nilton Molina, e do CEO da companhia, Helder Molina. Durante a conversa com Helder, Roberts comentou sobre os impactos que a pandemia teve no mercado de tecnologia e fez projeções para os próximos anos. Para o mercado de seguros, a aposta dele é a de que o setor se beneficie das novas soluções em diferentes frentes, como a Inteligência Artificial, que poderá estimar com assertividade a expectativa da vida, analisar com mais precisão os riscos ao longo dela, ajudando na compreensão das reais necessidades dos clientes.

Já o produtor e empresário Konrad Dantas, mais conhecido pelo nome artístico KondZilla, contou como sua história foi diretamente impactada pelo seguro de vida. Hoje, um dos principais nomes do audiovisual brasileiro, KondZilla nasceu e cresceu na Vila Santo Antônio, periferia do Guarujá (SP). Com o sonho de ingressar na música, destacou como três diferentes seguros de vida feitos pela sua mãe mudaram a sua história e permitiram que ele investisse em sua carreira. O valor mudou a vida dele e de sua família, ressaltando o impacto que uma educação financeira pode ter na sociedade.

Segundo Nilton Molina, em um ano atípico como o de 2020, o trabalho de todos os colaboradores e corretores da MAG Seguros se tornou ainda mais relevante. "No ano passado cumprimos todas as metas que havíamos traçado em 2019, muito porque as pessoas viram a importância do nosso produto. E é preciso acreditar ainda mais na relevância do que temos em mãos, já que todos os seres humanos precisam contar com recursos e vendemos um artigo de primeiríssima qualidade. O próximo passo vai além de apenas vender, precisamos oferecer valor", explica o executivo.

Encerrando o evento, Helder trouxe um balanço sobre os impactos da pandemia na sociedade e fez projeções para os próximos anos. O mercado de seguros é um dos que mais saíram fortalecidos da crise, segundo Bain & Company, muito pelo fato das pessoas se atentarem cada vez mais à importância de se planejarem financeiramente. Na MAG Seguros, só foi possível acompanhar esse crescimento porque sempre teve em seu DNA um propósito claro e uma busca constante pela inovação. "Sempre estivemos atualizados sobre as melhores tecnologias e soluções e isso possibilitou com que migrássemos de maneira ágil e eficaz os nossos serviços para o meio digital. Tínhamos em mãos uma ferramenta poderosa para dar continuidade aos negócios", afirma Molina.

E para 2021 essa busca por inovação e novas soluções seguirá sendo ampliada, incluindo a consolidação do MAG Leads, para ajudar a gerar cada vez mais negócios, o lançamento da Simple2u, empresa de seguros on demand que marca a entrada do grupo em Ramos Elementares, e o MAG Blue, que entregará benefícios exclusivos para o público premium. "Esse ano vamos colher frutos da nossa tão sólida parceria e os desafios estão apenas começando. Não teve seguradora nesse mercado que conseguiu passar por essa pandemia com as vitórias que tivemos e tenho certeza que isso crescerá cada vez mais", finaliza o CEO.

**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



Expectativas & Tendências 2021 – Mercado Segurador Global

Por Newton Queiroz

Neste início de ano já vimos uma variedade de artigos que focaram na visão do mercado brasileiro de seguros, assim como suas perspectivas (de maneira geral, todos apresentando um lado positivo). Essa semana mesmo foi anunciado que a indústria cresceu 0,6% em comparação a 2019, o que nacionalmente é positivo em relação as demais indústrias; mas como a indústria local se compara a global? É justamente este o foco deste artigo.

A arrecadação de prêmios de seguros em 2020 foi 2,7% menor comparado com 2019, sendo que Vida decresceu 6%, enquanto P&C ficou estagnado. Vale ressaltar que os países emergentes foram cruciais em equilibrar o número global positivamente, uma vez que sem estes países na equação, o resultado teria sido um decréscimo em torno de 5% a 7%.

Fazendo um paralelo com o Brasil, a indústria global não se saiu mal perante o todo, onde alguns setores foram fortemente impactados como o automotivo para veículos leves, que teve queda de 17%.

Agora, deixando de olhar pelo retrovisor e focando no hoje, a indústria de seguros global seguirá tendo grandes desafios devido a fraca recuperação econômica mundial, continuidade da pandemia, aumento do desemprego, queda das taxas de investimento e redução da renda familiar.

Portanto, já se espera um aumento nas atividades de M&A (fusões e aquisições) e redução de custos. Ambas as ações deverão ocorrer mundialmente e em todos os níveis da indústria – do corretor ao ressegurador.

Outro foco será a distribuição digital, que está sendo discutida há anos, mas devido à dificuldade de sistemas, legados e outros, sempre ficou em segundo plano. Agora, o mercado mundial está buscando formas de correr atrás deste prejuízo para que possa ter uma distribuição ponta a ponta digital e com custo aceitável, uma vez que o custo de aquisição tem se tornado um desafio para as seguradoras e resseguradores.

No âmbito técnico, a visão global é de aumento de taxas e continuidade de um hard market para grande maioria dos riscos e países. Reduções deverão ocorrer apenas onde exista demasiada capacidade com necessidade de utilização, caso contrário, acredita-se que os resseguradores/investidores irão preferir focar em outros setores ou apenas reter o capital.

Uma das possíveis soluções para o melhor uso de ca-



pital deverá vir da criação de novos produtos com uma melhor margem; assim atraindo o capital. Portanto, este ano deveremos ter uma grande oferta de novos seguros e o avanço de outros que ainda estão em fase de desenvolvimento, como o Cyber.

Em relação a parte operacional as prioridades seguirão sendo redução de despesas, balancear custo de aquisição com canais de distribuição, foco em evitar fraudes e introduzir as novas regulações exigidas pelos governos.

Já TI seguirá sendo um tema crucial, mas com foco em garantir que o budget disponível seja utilizado para atender as necessidades urgentes das empresas descobertas em 2020 (equalizar sistemas, finalizar automações, portais de atendimento e outros)

Em relação ao tão esperado fim da pandemia, a indústria está verificando quais medidas serão necessárias para reabrir suas operações de forma segura; assim como a nova forma de trabalhar em mix com home office que levou a redução de espaços físicos; mas vale ressaltar que em vários países questões trabalhistas ainda não foram discutidas e isso deverá afetar este mix no médio prazo.

A parte de cultura, liderança, talentos e diversidade & inclusão voltará a ser um tema fundamental para todas as empresas, pois nesse momento é necessário estimular, treinar e engajar todo o time para conseguir manter um ambiente saudável e os profissionais realmente motivados, uma vez que hoje a principal questão deve ser a saúde física e mental dos colaboradores de qualquer empresa.

Quanto as insurtechs, que chegaram para ficar, ainda deveremos ter várias novidades, durante 2021 (em especial na América Latina e Ásia), uma vez que a indústria de seguros tende a ser mais estável e com oportunidades interessantes (distinto da grande maioria dos demais setores). Ressaltando que os VCs (fundos de investimentos) seguem com interesse em investir no segmento (principalmente via insurtech), mas em escalas muito menores que no passado.

Que o ano de 2021 será complexo, todos já sabemos. Agora é correr desde o início para buscar repetir o resultado de 2020 e tentar, ao menos, não decrescer a indústria.



II Encontro Presencial FÓRUM DE GR

Network, Business e Melhores Práticas

NOVA DATA: 13 DE AGOSTO DE 2021

Espaço GAP - Pinheiros - São Paulo

COMUNICADO FÓRUM DE GR

Visando manter a segurança dos participantes e a execução de um evento de qualidade, o II Encontro Presencial do FÓRUM DE GR foi alterado para 13 de agosto em SP.

O evento reunirá os principais profissionais do mercado de gestão de riscos e áreas relacionadas, promovendo excelente network, business e apresentando melhores práticas.

Acompanhe os detalhes nas nossas mídias oficiais:
@FORUMDEGR

Saiba mais em www.forumdegr.com

APOIADORES PLATINUM



APOIADORES OURO



APOIADORES PRATA



APOIADORES BRONZE



MÍDIA OFICIAL

segurototal

Você está preparado
para conversar
sobre o futuro
com os seus clientes?

Rodrigo Santoro
45 anos

Rodrigo Santoro
75 anos

A SulAmérica está. Evoluímos juntos para oferecer **Saúde Integral em todos os momentos.**

A SulAmérica está pronta para ajudar você a cuidar da saúde física, emocional e financeira dos seus clientes, com planos de saúde, odontológicos, de previdência, seguros de vida e plataforma de investimentos. **Isso é Saúde Integral. Para você e os seus clientes viverem melhor, por inteiro.**



Para saber mais, acesse
sulamericausaudeintegral.com.br
ou o código ao lado.

SulAmérica

125 ANOS

ANS Nº 116/20
ANS Nº 009/20

dentsumb.