

REVISTA

ANO XXV - EDIÇÃO 246

segurototal

INOVAÇÃO · SEGUROS · SAÚDE SUPLEMENTAR · PREVIDÊNCIA · CAPITALIZAÇÃO · TECNOLOGIA

SUHAI

SEGURADORA



Cobertura Especial do 21º Congresso Brasileiro dos Corretores de Seguros
página 4

A fraude contra o seguro na carteira de automóveis
página 26

Suhai Seguradora amplia oportunidades no mercado de seguros

Quem indica Seguros Unimed

tá tranquilo!



**Um corretor
tranquilo**

conta com um
portfólio amplo
para seus clientes!

Vida



Odonto



Previdência



Patrimonial



Responsabilidade
Civil



**Nosso DNA carrega o cuidado da maior cooperativa médica do mundo.
Com 35 anos de história, estamos equipados para atender às diversas
necessidades e demandas do mercado.**

Nosso compromisso vai além de cuidar da saúde: zelamos pela proteção residencial, familiar, odontológica, pelo futuro e pelo patrimônio dos seus clientes.

**SEGUROS
Unimed**

ANO 35



Leia o QR Code
e saiba mais



Foto: Freepik

Nesta edição da **Revista Seguro Total**, temos o prazer de explorar **duas grandes frentes de inovação** no mercado de seguros.

Em nossa reportagem de capa, destacamos a Suhai Seguradora, que acaba de dar um passo significativo ao abrir o cadastro para corretores pessoa física. Esta medida, que visa aumentar a inclusão no setor, reflete o compromisso da companhia com a expansão de suas operações e o fortalecimento da rede de corretores autônomos no Brasil.

O Diretor Executivo Comercial da Suhai, Eduardo Grillo, compartilhou com exclusividade sua visão sobre o impacto dessa mudança no mercado e como ela pode transformar a forma como corretores independentes atuam, especialmente no ramo de automóveis.

Além disso, esta edição traz um especial sobre o 23º Congresso Brasileiro dos Corretores de Seguros, realizado pela Fenacor, que reuniu líderes do setor, como Bradesco Seguros, Icatu, Maxpar e allseg seguradora. Durante o evento, essas empresas apresentaram novas soluções e discutiram os principais desafios enfrentados pelos corretores em um mercado cada vez mais dinâmico e digital. O congresso se

destacou pela abordagem prática e inovadora, trazendo novidades como a assistente virtual AVI da Icatu, além das soluções de assistência premium da Maxpar e diversas outras iniciativas que prometem ampliar as oportunidades de negócio para os profissionais da corretagem.

Em um momento de crescente digitalização e novas demandas do consumidor, o congresso e as iniciativas de empresas como a Suhai demonstram a relevância das parcerias com corretores, que continuam sendo a chave para o sucesso e crescimento do mercado de seguros no Brasil. Acompanhe nesta edição uma análise detalhada dos temas mais discutidos no evento, com entrevistas e insights de executivos do setor, além de um olhar atento para as soluções que estão moldando o futuro do seguro.

Prepare-se para uma leitura inspiradora, com reflexões importantes sobre o futuro do mercado de seguros e a importância de capacitar e apoiar os corretores para garantir um setor mais forte, inclusivo e inovador.

Boa leitura!

REVISTA
segurototal

ANO 24 | EDIÇÃO 246 | PUBLICAÇÃO MENSAL
REVISTASEGUROTOTAL.COM.BR

Av. Professor Alfonso Bovero, 468 - São Paulo (SP)
CEP: 01254-000 - Telefone: 11 - 97959-1395

Editor

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

Departamento Comercial

Francisco
francisco@revistasegurototal.com.br

Maurício Dias
mauricio.dias@revistasegurototal.com.br

Redação, Design e Tecnologia

Cleber Francisco
cleber@revistasegurototal.com.br

André Takeda
takeda@revistasegurototal.com.br

Universo Contents

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



Allseg Seguradora apresenta nova marca e soluções no Congresso da Fenacor

Por: Redação - Revista Seguro Total

redacao@revistasegurototal.com.br

Allseg seguradora fez sua estreia no Congresso Brasileiro dos Corretores de Seguros, aproveitando a ocasião para fortalecer o relacionamento com os corretores e apresentar suas inovações para o futuro. Os diretores Valmir Rodrigues e Geniomar Pereira destacaram a importância da participação da allseg no congresso, o crescimento da empresa em 2024 e os planos para 2025, com o lançamento de novos produtos e a expansão de sua presença no mercado de seguros.

Allseg: nova era com crescimento acelerado

Para a allseg seguradora, a participação no 23º Congresso da Federação Nacional dos Corretores de Seguros (Fenacor) foi uma oportunidade estratégica de se apresentar de forma mais robusta no mercado e fortalecer os laços com corretores e assessorias de todo o Brasil. “É uma satisfação muito grande estar aqui, principalmente porque é a nossa primeira par-

ticipação no evento. Estamos honrados com a oportunidade de fortalecer os relacionamentos com nossos parceiros e falar sobre as inovações que estamos trazendo para o mercado”, afirmou Valmir Rodrigues, diretor da Allseg.

Ele destacou que a seguradora está investindo pesadamente em tecnologia e em processos de gestão de pessoas para oferecer melhores soluções aos corretores e garantir uma operação mais eficiente. “Estamos crescendo muito em 2024, mais do que planejamos e mais do que a média de mercado. Estamos muito felizes com a qualidade da entrega que estamos fazendo e com os resultados que estamos obtendo”, disse Valmir.

Novos produtos para 2025

A allseg seguradora também revelou planos de expansão e lançamento de novos produtos para 2025. “Para o próximo ano, teremos o lançamento de novos produtos no setor aeronáutico, locatícias e automóvel, começando com um projeto piloto no interior de



Estamos honrados com a oportunidade de fortalecer os relacionamentos com nossos parceiros e falar sobre as inovações que estamos trazendo para o mercado”

Valmir Rodrigues,
diretor da allseg seguradora



“Queremos que todos os corretores, sejam grandes ou pequenos, sintam-se acolhidos pela allseg. Estamos prontos para caminhar juntos e garantir que cada corretor tenha sucesso em sua jornada”

Geniomar Pereira,
diretor da allseg seguradora

São Paulo. A ideia é consolidar essas operações e expandir para outras regiões do país”, mencionou Valmir Rodrigues. A empresa está apostando na diversificação de seu portfólio e na introdução de novas soluções que atendam às demandas do mercado e dos consumidores.

“Esse é um momento muito importante para nós, pois estamos em uma fase de reposicionamento da marca. Antiga América Life, agora, somos a allseg seguradora, uma nova companhia, com novos produtos e um novo foco para o mercado”, comentou Geniomar Pereira, diretor da allseg.

Crescimento e fortalecimento da rede de corretores

Valmir e Geniomar destacaram que a allseg seguradora tem uma forte crença no papel dos corretores como agentes de transformação e crescimento no mercado de seguros. “Os corretores são fundamentais para o nosso crescimento, e estamos comprometidos em ajudá-los a crescer também. A allseg nasceu com o propósito de fortalecer essa parceria, para que, juntos, possamos aumentar a distribuição de seguros e garantir mais proteção para os brasileiros”, sinalizou Valmir.

A seguradora tem trabalhado para oferecer aos corretores as ferramentas necessárias para o sucesso, com foco em inovação, qualidade de atendimento e eficiência. “Nosso compromisso é continuar investindo em ferramentas e produtos que ajudem os corretores a atender seus clientes da melhor forma possível. Estamos cada vez mais preparados para

apoiar os corretores de todos os tamanhos, desde os grandes corretores até os profissionais que estão começando agora”, ponderou Geniomar.

Oportunidades de crescimento

A participação da allseg no congresso da Fenacor foi apenas mais uma etapa de sua jornada de fortalecimento de marca e expansão no mercado. A empresa já confirmou sua presença no Conec 2025, consolidando sua posição no setor de seguros. “Estamos muito felizes com o crescimento que estamos vivenciando. Nos últimos três anos, tivemos a oportunidade de participar de congressos e eventos importantes, e agora estamos muito bem posicionados para continuar nossa trajetória de sucesso”, explicou Geniomar.

Ao final da entrevista, Valmir e Geniomar deixaram uma mensagem especial para os corretores de seguros, reforçando a importância dessa parceria estratégica. “Gostaríamos de agradecer aos corretores pela confiança e parceria. Sabemos que o trabalho deles é fundamental para o sucesso de todas as seguradoras, e estamos aqui para oferecer todo o apoio necessário para que eles cresçam e tenham sucesso no mercado de seguros”, acrescentou Valmir Rodrigues.

Geniomar Pereira também enfatizou a visão da allseg seguradora para o futuro. “Queremos que todos os corretores, sejam grandes ou pequenos, sintam-se acolhidos pela allseg. Estamos prontos para caminhar juntos e garantir que cada corretor tenha sucesso em sua jornada”, finalizou.



“Seguro como ferramenta social”, diz Edson Calheiros sobre produtos inclusivos

Por: Redação - Revista Seguro Total

redacao@revistasegurototal.com.br

No 23º Congresso Brasileiro dos Corretores de Seguros, Edson Calheiros, presidente da Associação Nacional das Microseguradoras (ANM) e do Clube Vida em Grupo do Rio de Janeiro (CVG-RJ), compartilhou sua visão sobre o futuro do mercado de seguros, destacando a importância dos seguros inclusivos e a expansão dessa prática como uma ferramenta de transformação social. Em entrevista, Calheiros falou sobre os avanços nesse campo e as iniciativas que buscam tornar o seguro uma parte essencial da vida das famílias brasileiras.

Seguros inclusivos: caminho para inclusão social

Para Edson Calheiros, o conceito de seguros inclusivos vai além da simples proteção patrimonial. Ele vê o seguro como uma alavanca social, uma forma de distribuir recursos e garantir tran-

quilidade às famílias de baixa renda no Brasil. “O seguro é, na verdade, uma ferramenta de inclusão social. Ele é capaz de distribuir renda e oferecer a tão necessária segurança financeira para famílias que, de outra forma, não teriam acesso a esse tipo de proteção”, disse Calheiros.

O executivo destacou o trabalho de várias seguradoras, como a MAG e a MAPFRE, que têm se dedicado ao desenvolvimento de produtos voltados para a inclusão social. “Essas seguradoras estão na vanguarda do setor, desenvolvendo produtos que atendem às necessidades das camadas mais vulneráveis da população. Ver ações como essas acontecendo é algo que nos enche de orgulho”, completou.

Necessidade de especialização e diversificação de produtos

Ao ser questionado sobre o futuro das seguradoras e a tendência do mercado, Calheiros

sinalizou que a especialização será fundamental para o crescimento do setor, mas não necessariamente em detrimento da diversificação. “A tendência é que as seguradoras se especializem cada vez mais, mas também é importante que se mantenham capazes de oferecer produtos diversos. A CNseg, sob a liderança de Dyogo Oliveira, tem sido uma grande defensora do desenvolvimento de produtos de qualidade, com clareza nas informações e uma forte visão de inclusão”, explicou o presidente da ANM e do CVG-RJ.

Edson Calheiros acredita que a especialização ajudará a atender melhor às necessidades de diferentes grupos de clientes, mas também ressalta a importância de continuar criando soluções multiproduto, que sejam acessíveis e adaptáveis às realidades econômicas de uma sociedade diversa como a brasileira.

Inclusão como proposta de vendas

Uma das propostas mais ousadas de Calheiros para expandir o alcance dos seguros no Brasil é a venda de apólices em locais inusitados, como os supermercados. “Nós temos um projeto muito interessante de vender seguros através dos nossos corretores diretamente nas gôndolas dos supermercados. Isso significa levar o seguro para o carrinho de compras das



Edson Calheiros,
Presidente da ANM e do CVG-RJ

famílias brasileiras, tornando-o algo essencial, como os produtos que compramos para o dia a dia”, compartilhou.

Para Calheiros, essa abordagem pode ajudar a integrar o seguro à vida cotidiana dos brasileiros, tornando-o mais acessível e compreensível para todos. “Seguro é essencial, e queremos que as pessoas vejam o valor de estar seguradas. O objetivo é que o seguro faça parte da rotina da população, como qualquer outro bem essencial”, destacou.

Expansão internacional: interesse de associações estrangeiras pelo modelo brasileiro

A ANM tem sido um modelo de referência no que diz respeito à inclusão social através dos seguros, e Calheiros compartilhou com entusiasmo a recente aproximação de associações internacionais com o modelo brasileiro. “Estamos recebendo associações da Espanha e de Portugal interessadas no nosso projeto. Elas vêm para entender como estamos promovendo a inclusão social no Brasil, especialmente com foco no seguro de vida”, citou Calheiros.

Esse interesse internacional é visto como uma validação do trabalho desenvolvido no Brasil e uma oportunidade para expandir o impacto das microseguradoras além das fronteiras do país. “Isso só reforça a importância de nosso modelo e a necessidade de continuar trabalhando para garantir que cada vez mais brasileiros tenham acesso a produtos de seguro que realmente atendam às suas necessidades”, acrescentou.

Corretor de seguros: mais que vendedor, protetor de famílias

Calheiros também fez questão de ressaltar o papel fundamental do corretor de seguros nesse processo de inclusão. “O corretor de seguros tem uma missão nobre, que vai muito além de ser um vendedor de seguros. Ele é um protetor das famílias brasileiras, alguém que leva a segurança necessária para as pessoas, garantindo que elas estejam protegidas contra imprevistos”, afirmou.

O presidente da ANM e do CVG-RJ enfatizou que a qualificação e o compromisso dos corretores são essenciais para o crescimento e fortalecimento do mercado. “Os corretores precisam estar cada vez mais capacitados, com todas as informações necessárias para oferecer aos clientes as melhores opções de cobertura. O trabalho do corretor é apaixonante e fundamental para o setor”, completou Calheiros.



Akad Seguros inova e celebra expansão para o segmento Vida

Por: Redação - Revista Seguro Total

redacao@revistasegurototal.com.br

No 23º Congresso Brasileiro dos Corretores de Seguros, promovido pela Federação Nacional dos Corretores de Seguros (Fenacor), a Akad Seguros destacou suas recentes conquistas e inovações, além de reafirmar seu compromisso com os corretores de seguros. Em entrevista, Cintia Santos, analista de relacionamento estratégico da Akad Seguros, compartilhou as novidades que a empresa está trazendo para o mercado e a importância de olhar para o cliente de maneira integral.

Akad Seguros e a parceria com os corretores

Cintia Santos iniciou o bate-papo expressando o orgulho da Akad Seguros em trabalhar com os corretores. “Para a Akad, falar de corretor de seguros é fácil. A gente ama

trabalhar com vocês. Temos muito orgulho de desenvolver soluções, ferramentas e pensar no dia a dia dos corretores, sempre com o objetivo de facilitar e simplificar o trabalho deles”, afirmou a executiva. Cintia destacou que a empresa está comprometida em fornecer todo o apoio necessário para que os corretores possam desempenhar seu papel de forma mais eficiente, com soluções pensadas para otimizar processos e gerar resultados.

A analista de relacionamento estratégico também fez um convite aos corretores que ainda não trabalham com a Akad Seguros. “Se você ainda não trabalha com a gente, venha! Tenho certeza que será um caminho sem volta, e vocês vão gostar muito da experiência. Continuem contando com a Akad, e sigam nos acompanhando para mais novidades”, disse Cintia, demonstrando entusiasmo pela parceria com os profissionais da área.

Expansão da Akad Seguros: novidades no ramo de pessoas

Este ano tem sido especial para a Akad, com várias ações e novidades. Cintia Santos destacou uma das conquistas mais importantes: a licença para atuar no ramo de seguros de pessoas. “Esse ano, a Akad conquistou a licença para atuar no ramo de pessoas, e com isso, vem uma série de novidades. Preparem-se para um leque ainda maior de produtos, como seguro de vida, acidentes pessoais (AP), prestamista e outros produtos que irão facilitar ainda mais o trabalho dos corretores”, anunciou Cintia. A expansão para o ramo de seguros de pessoas representa uma grande oportunidade para os corretores ampliarem suas ofertas e atenderem uma demanda crescente por proteção na área de vida e saúde.

Visão 360° para o atendimento ao cliente

Um dos conselhos mais importantes que Cintia Santos compartilhou com os corretores é a importância de adotar uma visão 360° ao atender os clientes. “Olhe para o seu cliente de forma integral. Se ele vai contratar um seguro de vida, ofereça também outros produtos que complementam a proteção, como o Responsabilidade Civil (RC) profissional, Cyber e, se for um médico, por exemplo, ele pode precisar do seguro para equipamentos, empresarial para a clínica, além da vida”, sugeriu Cintia. A ideia é pensar em soluções completas que atendam a todas as necessidades do cliente, oferecendo um atendimento personalizado e eficaz.

A executiva ressaltou que, ao adotar uma abordagem 360°, os corretores podem não só expandir sua carteira de produtos, mas também fortalecer o relacionamento com seus clientes, oferecendo proteção em diversas frentes. “Essa abordagem é a melhor solução para o cliente e para o corretor, pois gera mais valor para ambos”, completou Santos.

Compromisso com inovação e crescimento

Cintia também falou sobre o compromisso contínuo da Akad Seguros em inovar e crescer no mercado. “Estamos sempre atentos às mudanças e às necessidades dos corretores e seus clientes. Por isso, investimos em novos produtos, em tecnologia e em uma gestão mais eficiente para garantir que os corretores tenham as melhores ferramentas para desempenhar seu trabalho”, explicou a analista.



“Investimos em novos produtos, em tecnologia e em uma gestão mais eficiente para garantir que os corretores tenham as melhores ferramentas para desempenhar seu trabalho”

Cintia Santos,
analista de relacionamento estratégico
da Akad Seguros



BP Seguradora se apresenta ao mercado como nova opção para os corretores

Por: Redação - Revista Seguro Total
redacao@revistasegurototal.com.br

Durante o 23º Congresso Brasileiro dos Corretores de Seguros, Marco Antonio Neves, Vice-Presidente de Auto e Vida da BP Seguradora, compartilhou com entusiasmo o momento de transição da companhia, que recentemente se estabeleceu como seguradora regulada pela Superintendência de Seguros Privados (Susep) e agora busca expandir sua presença no mercado.

Em entrevista, Neves detalhou as novidades da empresa, como o lançamento do produto de seguro auto tradicional e a aposta em um produto inovador de seguro mensal. O executivo também destacou a parceria essencial com os corretores para o sucesso da BP Seguradora, ressaltando o foco da empresa em ouvir e atender às necessidades dos profissionais que fazem a distribuição de seguros no Brasil.

BP Seguradora: nova era para os corretores de seguros

A BP Seguradora está em um momento importante de transformação, e Marco Antonio Neves enfatizou a importância da presença da empresa no congresso para se conectar com os

corretores e se apresentar oficialmente como uma seguradora estabelecida no Brasil. “Para nós, é um momento muito importante estarmos aqui, no Congresso, que é a casa dos corretores de seguros. A BP Seguradora, que operou anteriormente no mercado não regulado, agora entra oficialmente no mercado com o processo na Susep e já está se preparando para lançar nossos produtos no Brasil”, afirmou Neves.

O Vice-Presidente de Auto e Vida destacou que a companhia já nasceu com o “DNA do corretor” e tem como objetivo se estabelecer como uma parceira estratégica para esses profissionais. “Sabemos da importância do corretor, por isso já estamos focados em criar soluções que atendam suas demandas e possibilitem o crescimento de seus negócios”, explicou.

Lançamento de seguro auto tradicional e produto mensal inovador

A BP Seguradora está se preparando para lançar seu seguro auto tradicional, um dos principais produtos da companhia. “Em breve, nosso produto de seguro auto estará disponível para os corretores, inicialmente nos estados de



Marco Antonio Neves,
Vice-Presidente de Auto e Vida da BP Seguradora

São Paulo e Minas Gerais. Como somos uma empresa mineira, começaremos por esses dois estados e, à medida que consolidarmos as operações, vamos expandir para outras regiões do Brasil”, revelou Neves.

Outro grande destaque da BP Seguradora é o produto de seguro mensal, aprovado pela Susep, que se diferencia das ofertas tradicionais. “O produto mensal é uma das nossas inovações. Estamos adaptando esse produto para que ele possa ser distribuído de forma eficiente pelos corretores, proporcionando mais flexibilidade e acesso aos clientes que buscam soluções de proteção mais acessíveis”, citou o Vice-Presidente.

Consultoria e desenvolvimento conjunto

A BP Seguradora tem um compromisso claro com os corretores, que estão no centro de sua estratégia de distribuição. Neves ressaltou que, desde o início, a empresa tem se dedicado a ouvir os corretores e melhorar constantemente seus produtos com base no feedback recebido. “Durante os meses que antecederam o nosso lançamento, já começamos a nos reunir com os corretores, mostrando o cotador, o produto e pedindo a consultoria deles. A ideia é entender

o que podemos fazer para melhorar o produto e torná-lo mais fácil de entender e de vender para o cliente final”, mencionou Neves.

Essa abordagem colaborativa é vista como uma estratégia fundamental para o sucesso da companhia, garantindo que os produtos estejam alinhados com as necessidades do mercado e que os corretores tenham as ferramentas certas para vender com confiança.

Visibilidade e crescimento para BP Seguradora

A participação da BP Seguradora no congresso foi marcada também pelo patrocínio do show de Diogo Nogueira, um momento de integração e visibilidade para a marca. “Foi maravilhoso poder patrocinar o show e, assim, apresentar a BP Seguradora de uma maneira descontraída e divertida. A presença da nossa marca e o reconhecimento da nossa empresa no mercado foi um resultado sensacional. Ter a oportunidade de nos conectarmos com os corretores de forma tão próxima foi um grande passo para nós”, sinalizou Neves.

BP Seguradora e o corretor de seguros

Ao final da entrevista, Neves deixou uma mensagem especial para os corretores de seguros, destacando a importância dessa parceria para o crescimento da BP Seguradora. “O corretor de seguros é, sem dúvida, o maior e melhor canal de distribuição do mercado. A BP Seguradora já nasce com esse foco, e é isso que trazemos para o mercado: uma empresa que valoriza o corretor e busca crescer junto com ele”, disse Neves.

Marco Antonio Neves também reforçou a importância da capacitação e da construção de uma relação de confiança mútua entre a BP Seguradora e os corretores. “É fundamental que os corretores se sintam apoiados e capacitados para vender nossos produtos. Estamos aqui para garantir que essa parceria seja de sucesso para todos”, finalizou.



Show do cantor Diogo Nogueira durante o 23º Congresso Brasileiro dos Corretores de Seguros

Bradesco Seguros foca em contemplar necessidades de corretores e clientes

Por: Redação - Revista Seguro Total
redacao@revistasegurototal.com.br

O Grupo Bradesco Seguros reafirmou, durante o 23º Congresso Brasileiro dos Corretores de Seguros, seu compromisso com os profissionais da corretagem e a inovação no setor. Com palestras, ativações e novos produtos, a companhia se destacou ao trazer novidades para o mercado de seguros, incluindo abordagens focadas em diversos segmentos, como seguros de automóveis, saúde, vida, previdência e ramos elementares.

Durante o evento, Leonardo Pereira de Freitas, Diretor Comercial da Bradesco Auto/RE, e Alexandre Nogueira, Diretor de Marketing do Grupo Bradesco Seguros, compartilharam a visão da companhia para o futuro e destacaram o fortalecimento da relação com os corretores.



Compromisso da Bradesco Seguros com os corretores

Para o Grupo Bradesco Seguros, o corretor de seguros é uma peça fundamental em sua estratégia de crescimento. “Este é um momento muito importante para nós, pois estamos aqui para mostrar a nossa dedicação aos corretores. A Bradesco Seguros tem um compromisso de longa data com esses profissionais, e este congresso é a oportunidade de estreitar ainda mais nossos laços”, afirmou Leonardo Pereira de Freitas, Diretor Comercial da Bradesco Auto/RE. A seguradora tem investido fortemente em diversas ações para aproximar os corretores, oferecendo não apenas produtos, mas também serviços inovadores que agregam valor às suas operações diárias.

Palestras e temáticas focadas nos desafios do setor

Durante o congresso, o Grupo Bradesco Seguros organizou três salas de palestra focadas em áreas essenciais do mercado de seguros. “Focamos em temas de grande interesse para

Queremos parabenizar todos os corretores de seguros pelo excelente trabalho que realizam e pela parceria de sempre

Leonardo Pereira de Freitas,
Diretor Comercial da Bradesco Auto/RE



Alexandre Nogueira,
Diretor de Marketing do Grupo Bradesco Seguros

os corretores, como saúde, vida e previdência, e seguros de automóveis e ramos alimentares. Essas salas ofereceram uma abordagem mais focada e direcionada para os desafios e oportunidades do mercado atual”, explicou Leonardo.

O executivo mencionou também a importância de abordar os novos riscos e o comportamento do consumidor, que têm moldado a forma como os corretores devem atuar. “Discutimos, por exemplo, a importância de não só cobrir o bem, como no caso do seguro de caminhão, mas também de focar no caminhoneiro e nos novos riscos associados à profissão. Essa mudança de abordagem é essencial para reagir às demandas do mercado”, completou.

Preparação para o futuro

Além de trazer novas abordagens e produtos, a Bradesco Seguros também tem investido em soluções para ajudar corretores de todos os tamanhos, desde grandes corretoras até os profissionais que estão iniciando no mercado. “Estamos cada vez mais preparados para trabalhar com corretores de todos os perfis. Oferecemos jornadas de autosserviço e consultoria personalizada, ajudando desde os corretores grandes e estruturados até os profissionais que estão começando sua trajetória”, disse Freitas. O executivo revelou que a seguradora está de portas abertas para ouvir as demandas dos corretores e adaptar seus produtos e serviços às necessidades do mercado.

A seguradora também tem investido em conectar os corretores a novos ecossistemas de

distribuição. “Sabemos que o mercado está mudando e o corretor está se conectando a novos ecossistemas. Estamos preparados para isso e sempre atentos às necessidades desse canal de distribuição”, sinalizou o diretor.

Experiência do corretor e do cliente

Outro aspecto destacado por Leonardo Freitas foi o investimento da Bradesco Seguros em melhorar a experiência dos clientes, principalmente quando se trata de serviços de assistência. “Com a recente tragédia no Sul do Brasil, a importância de oferecer um suporte eficiente foi ainda mais evidente. Estamos focados em aprimorar nossa experiência de assistência, não só para os produtos de automóveis, mas também em outras áreas, como a saúde e o residencial”, analisou.

Freitas também mencionou a contratação de um novo profissional, vindo de mercado, para liderar a área de assistência. “Com a chegada de um novo líder para a área de assistência, estamos fortalecendo nossa rede de suporte, trabalhando em parceria com a Europ Assistance Brasil para melhorar a qualidade do atendimento e a conexão com os corretores de seguros”, mencionou.

Reconhecimento e valorização do corretor

O mês de outubro foi uma ocasião especial para a Bradesco Seguros, com ações de celebração ao Dia do Corretor de Seguros. “Outubro é um mês que realça o trabalho fundamental dos corretores. Queremos parabenizar todos os corretores de seguros pelo excelente trabalho que realizam e pela parceria de sempre”, disse Freitas. A Bradesco Seguros aproveitou a oportunidade para reforçar o quanto os corretores são importantes para o sucesso da companhia e para a proteção financeira de milhões de brasileiros.

Alexandre Nogueira, Diretor de Marketing do Grupo Bradesco Seguros, também reforçou a importância da parceria com os corretores e a visão de futuro da companhia. “Para nós, o congresso foi uma excelente oportunidade de nos aproximarmos dos corretores, entender melhor suas necessidades e oferecer produtos e serviços que atendam a essas demandas. Sabemos que com os corretores, podemos construir um mercado mais seguro, próximo e dinâmico”, ponderou Nogueira.

O Diretor de Marketing completou dizendo que a participação da Bradesco Seguros no congresso e a interação com os corretores são fundamentais para garantir que a seguradora continue a ser uma parceira confiável e inovadora para os profissionais do setor.



CAPEMISA Seguradora apresenta novidades e aprimora parceria estratégica com corretores

Por: Redação - Revista Seguro Total
redacao@revistasegurototal.com.br

A CAPEMISA Seguradora, referência em capitalização e seguros de vida no país, marcou sua presença no Congresso da Federação Nacional dos Corretores de Seguros (Fenacor) com importantes anúncios e uma série de reflexões sobre o futuro do mercado de seguros. Executivos da companhia compartilharam sua visão sobre o papel essencial dos corretores, as inovações que a CAPEMISA tem trazido ao mercado e o relacionamento cada vez mais próximo com os profissionais da área.

Inovação no portfólio

Fabio Lessa, Diretor Comercial da CAPEMISA Seguradora, destacou a relevância do congresso para a empresa, especialmente por ser realizado no Rio de Janeiro, cidade natal da companhia. “Fazer um congresso dos correto-

res no Rio de Janeiro, para nós, é especial demais. Sendo uma seguradora carioca, com uma história no Rio de Janeiro, esse evento é mais do que especial”, afirmou Lessa, visivelmente emocionado. Para ele, eventos como esse são cruciais para o desenvolvimento do setor, permitindo que os corretores se atualizem e ampliem suas redes de contato.

Durante sua entrevista, Lessa detalhou as novidades apresentadas pela CAPEMISA no congresso, como o lançamento do novo produto individual. “Estamos lançando um produto mais completo, totalmente adaptável às necessidades do cliente. O mais importante é que o cliente não tem obrigatoriedade de adquirir pacotes, todas as garantias são independentes entre si. Criamos uma comunicação mais eficaz com o cliente, ajudando o corretor a sensibilizá-lo sobre a importância de ter um seguro de vida”, explicou o executivo.



Fabio Lessa,
Diretor Comercial da CAPEMISA

Fabio Lessa também falou sobre a necessidade de mudar a percepção que as pessoas têm do seguro de vida, tradicionalmente associado à morte. “Desconstruímos o conceito de seguro de pessoas, que agora é visto como uma proteção de renda. A perda de alguém ou a incapacidade de trabalhar afeta a renda, e é isso que o seguro de pessoas realmente protege. Queremos que o corretor e o cliente final entendam que o seguro de vida é, na verdade, uma garantia de que a pessoa vai poder continuar com seus projetos e sua jornada de vida”, disse.

Parceria com corretores: chave para o sucesso

Um dos pontos mais destacados por Lessa foi a parceria contínua com os corretores. “O CAPEMISA Viva, por exemplo, foi uma solução construída com o corretor de seguros. Nós discutimos

“Esse é um momento de união, em que estamos todos focados em como melhorar o futuro do seguro no Brasil”

Jorge Andrade,
Presidente da CAPEMISA

com os corretores o que eles e seus clientes precisavam para proteger suas famílias e suas rendas. Acreditamos que ouvir e adaptar os nossos produtos às necessidades do corretor é fundamental para o sucesso do negócio”, enfatizou.

Fabio Lessa também expressou sua gratidão aos corretores pela parceria constante e pelo feedback que ajuda a melhorar os processos da seguradora. “A CAPEMISA está sempre de ouvidos e coração abertos para receber qualquer informação ou sugestão. Estamos o tempo todo nos esforçando para entregar o melhor, e fazemos isso escutando atentamente nossos parceiros, os corretores”.

Futuro do seguro no Brasil

Jorge Andrade, Presidente da CAPEMISA Seguradora, também aproveitou o congresso para compartilhar sua visão sobre o papel do seguro na sociedade brasileira. “Esse é um momento de união, em que estamos todos focados em como melhorar o futuro do seguro no Brasil”, declarou Andrade.

Andrade ressaltou o papel crucial que o setor de seguros desempenha, não apenas oferecendo segurança financeira, mas também promovendo o bem-estar das pessoas. Ele explicou que o seguro vai além de proteger bens materiais, sendo uma ferramenta importante para assegurar a realização de sonhos e a prosperidade das famílias brasileiras. Dessa forma, o setor contribui diretamente para uma vida mais tranquila e estável, permitindo que os indivíduos alcancem seus objetivos com maior confiança.



Foto: Divulgação



ENS apresenta novidades e lança MBA de Finanças e Seguros

Por: Redação - Revista Seguro Total
redacao@revistasegurototal.com.br

No 23º Congresso Brasileiro dos Corretores de Seguros, realizado em outubro de 2024, Maria Helena Monteiro, Diretora de Ensino Técnico da Escola de Negócios e Seguros (ENS), compartilhou as inovações da instituição e sua contribuição para o desenvolvimento do mercado de seguros no Brasil. Em entrevista, Maria Helena destacou a importância da educação para os profissionais do setor e revelou algumas das grandes novidades da ENS, como o lançamento de um MBA focado na combinação de finanças e seguros, além de cursos internacionais e iniciativas voltadas para o futuro digital do corretor de seguros.

Parabenização ao corretor

Maria Helena iniciou sua participação no congresso com uma mensagem de parabenização aos corretores de seguros, reconhecendo sua importância fundamental para o mercado. “É um prazer imenso participar deste evento e poder parabenizar esses profissionais essenciais. Eles são a base do mercado de seguros no Brasil e, sem dúvida, têm um papel crucial na conscientização e distribuição de seguros”, revelou a diretora, que enalteceu o estande da ENS, considerado um dos mais bonitos da feira, inspirado no Rio de Janeiro, com sua atmosfera alegre e praiana.

A ENS tem o compromisso de investir na educação dos nossos alunos, oferecendo cursos que atendem às demandas do mercado e preparam os profissionais para os desafios do futuro”

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



Lançamento do MBA de Finanças e Seguros

Uma das grandes novidades que a ENS trouxe para o congresso foi o lançamento do MBA de Finanças e Seguros, um programa exclusivo que combina duas áreas essenciais para o setor. Maria Helena explicou a relevância dessa nova oferta educacional: “Observamos que muitos profissionais enfrentam dificuldades em integrar conhecimentos de finanças e seguros, e decidimos criar um MBA totalmente focado nesse tema. Acreditamos que essa formação vai fazer uma diferença enorme no mercado, proporcionando aos alunos uma visão mais holística e estratégica dessas duas áreas”, mencionou.

A iniciativa é inédita no mercado brasileiro e surge como resposta à crescente demanda por profissionais mais capacitados, capazes de entender e gerir de maneira eficaz os desafios financeiros dentro do contexto do seguro.

Internacionalização e cursos no exterior

A ENS também anunciou a expansão de seus cursos para o exterior. “Além do MBA, estamos lançando nossa agenda de cursos internacionais para o próximo ano. Tínhamos uma sessão intitulada Viajando com a ENS, onde falamos sobre as oportunidades de cursos fora do Brasil, ampliando as perspectivas dos nossos alunos para um mercado globalizado”, disse Maria Helena.

A iniciativa visa proporcionar aos alunos da ENS uma experiência internacional, ampliando suas habilidades e permitindo que se tor-

nem mais competitivos em um mercado cada vez mais interconectado e dinâmico.

IA e a digitalização do corretor de seguros

A digitalização e o impacto das novas tecnologias no mercado de seguros também foram temas abordados durante o congresso, com a ENS se destacando ao oferecer palestras e oficinas focadas em inteligência artificial. Maria Helena apontou que a escola trouxe dois palestrantes para discutir o tema: um em um nível mais teórico e outro oferecendo um workshop prático sobre como a inteligência artificial pode ser aplicada no dia a dia do corretor de seguros.

“Sabemos que a demanda por conhecimento em tecnologia e inteligência artificial é crescente. Hoje, estamos falando de Open Insurance, SPOC e como digitalizar o trabalho do corretor. Essas mudanças são uma realidade, e a ENS está empenhada em capacitar os corretores para que possam lidar com essas novas ferramentas de forma eficiente”, afirmou a diretora.

Formação contínua

Para Maria Helena, a formação contínua dos corretores é a chave para garantir que eles se mantenham relevantes em um mercado em constante transformação. “O corretor de seguros é cada vez mais relevante, mas para que essa relevância se mantenha, ele precisa estar constantemente atualizado. A ENS tem o compromisso de investir na educação dos nossos alunos, oferecendo cursos que atendem às demandas do mercado e preparam os profissionais para os desafios do futuro”, concluiu.



Suhai Seguradora amplia oportunidades no mercado de seguros

por **REDAÇÃO**

redacao@revistasegurototal.com.br

Nos últimos anos, o mercado de seguros no Brasil vem se transformando para se adaptar às demandas de uma sociedade em constante evolução. A Suhai Seguradora, reconhecida pela sua atuação inovadora e inclusiva no setor de seguros de veículos, dá um passo estratégico ao abrir o cadastro para corretores pessoa física, incluindo uma parcela significativa de profissionais que antes encontravam barreiras para atuar no segmento. Eduardo Grillo, Diretor Executivo Comercial da Suhai, explica - em entrevista especial para a Revista Seguro Total - como essa decisão impacta tanto os corretores quanto o mercado e a sociedade de forma

abrangente.

Inclusão e expansão: a estratégia da Suhai

“A decisão de incluir corretores pessoa física na nossa carteira faz parte de uma estratégia de inclusão e crescimento”, afirma Eduardo Grillo, ao descrever a visão da Suhai sobre o papel desses profissionais no mercado. Segundo ele, há um contingente expressivo de corretores pessoa física no Brasil que enfrentam dificuldades para atuar em determinadas áreas, especialmente no ramo de automóveis.

“No Brasil, mais de 40% dos corretores de seguros ativos atuam como pessoa física, de acordo com a Superintendência de Seguros

“Nosso objetivo é fornecer as ferramentas necessárias para que os corretores possam atuar com excelência e construir suas próprias carteiras de clientes de forma mais eficiente”

Eduardo Grillo

Diretor Executivo Comercial da Suhai

Privados (Susep), e muitos deles encontram dificuldades para se posicionar de forma competitiva”, explica Grillo. A Suhai, ao abrir esse canal, pretende não só atrair esses profissionais, mas também proporcionar a eles uma estrutura que os auxilie a se desenvolverem de forma autônoma e sustentável.

Suporte integral para o corretor

A abertura do cadastro para corretores pessoa física vem acompanhada de uma série de

iniciativas de suporte. “Acreditamos que apoiar o corretor pessoa física vai muito além de abrir a possibilidade de cadastro”, comenta Grillo. Segundo ele, a Suhai investiu em produtos com alta aceitação e simplicidade, além de revisar toda a jornada do corretor, desde o atendimento até as regras de comercialização, com o objetivo de simplificar processos e facilitar o trabalho diário desses profissionais.

“Nosso objetivo é fornecer as ferramentas necessárias para que os corretores possam atuar com excelência e construir suas próprias carteiras de clientes de forma mais eficiente”, diz Grillo, enfatizando que a seguradora está comprometida em oferecer suporte contínuo, além de possibilitar um crescimento sustentável e de longo prazo para esses parceiros.

Enfrentando os desafios: barreiras e soluções

Um dos principais obstáculos para os corretores pessoa física no Brasil é a necessidade de abrir uma empresa para operar em determinados ramos de seguros. Isso acaba excluindo muitos profissionais do mercado de automóveis, por exemplo. Eduardo Grillo aponta que a Suhai está mudando essa realidade. “A Suhai quer ajudar a mudar essa realidade, abrindo o cadastro para esses profissionais e permitindo que eles atuem sem as





barreiras comuns do setor”, destaca.

Ao eliminar a exigência de formalização em pessoa jurídica, a Suhai permite que milhares de corretores autônomos possam trabalhar de maneira competitiva e eficiente. A iniciativa, portanto, promove a inclusão, amplia a rede de distribuição da seguradora e beneficia tanto o corretor quanto o consumidor final, ao disponibilizar mais opções de seguro.

Impacto para o mercado e para a sociedade

A inclusão de corretores pessoa física na Suhai tem reflexos positivos não apenas para os profissionais envolvidos, mas também para o mercado de seguros como um todo. “Ao incluir esses profissionais, ampliamos a oferta de serviços e produtos para os consumidores, que passam a ter mais opções e mais acessibilidade”, comenta Grillo.

Essa abertura preenche uma lacuna existente, permitindo que a Suhai ofereça produtos diferenciados e inclusivos. O impacto é expressivo: ao aumentar o número de corretores cadastrados e ofertando produtos que atendem uma demanda reprimida, a seguradora cria novas oportunidades de negócios e contribui para o crescimento do setor de seguros no país.

Uma jornada otimizada para o corretor

Para que o corretor pessoa física tenha uma experiência positiva e produtiva, a Suhai Seguradora investiu em melhorias na jornada de trabalho desses profissionais. Foram implementados mais de 50 projetos focados na simplifi-

cação dos processos, com o intuito de tornar a atuação mais ágil e eficaz. Grillo explica: “Criamos um programa de segmentação dos corretores, que oferece suporte personalizado de acordo com o nível de maturidade e experiência de cada parceiro”.

Essa personalização permite que tanto corretores iniciantes quanto os mais experientes possam contar com um apoio direcionado. Grillo reforça que a Suhai está comprometida em oferecer não só produtos, mas uma experiência de parceria sólida e vantajosa.

Perspectivas de crescimento e inovação

A expectativa da Suhai é que o número de corretores pessoa física cadastrados, atualmente em torno de 6 mil, cresça significativamente nos próximos anos. “A inclusão desses profissionais faz parte de uma estratégia maior da Suhai de ampliar sua rede de distribuição e alcançar novos mercados”, explica Grillo.

Para o futuro, a Suhai planeja continuar investindo em iniciativas para impulsionar a inovação e o desenvolvimento dos corretores parceiros. “Estamos comprometidos em ser uma seguradora que não apenas oferece produtos inovadores, mas que também promove o desenvolvimento dos seus parceiros”, conclui Grillo.

A decisão da Suhai de abrir o cadastro para corretores pessoa física marca um avanço relevante no setor, beneficiando profissionais, consumidores e o mercado de seguros. A seguradora, ao adotar uma postura inclusiva e de apoio constante, redefine a atuação dos corretores e fortalece o compromisso com um mercado de

saiba mais em revistasegurototal.com.br

Quais os destaques do mercado em 2025?

A próxima edição do Troféu Gaivota de Ouro já está confirmada para julho de 2025!



TROFÉU
GAIVOTA
DE OURO
2025



Especialistas debatem o combate às fraudes na saúde suplementar

por REDAÇÃO

redacao@revistasegurototal.com.br

O combate às fraudes na saúde suplementar foi um dos temas centrais no 23º Congresso Brasileiro dos Corretores de Seguros, promovido pela Federação Nacional dos Corretores de Seguros (Fenacor). Durante um dos painéis mais aguardados do evento, especialistas do setor público e privado discutiram os principais desafios enfrentados pelo mercado de saúde suplementar no Brasil, destacando as estratégias adotadas para garantir a sustentabilidade do setor. O debate teve a mediação da advogada e corretora de seguros, Erika Brandão Gleicher, e contou com a participação de renomados

profissionais, incluindo Paulo Rebello Filho, diretor-presidente da Agência Nacional de Saúde Suplementar (ANS), Manoel Peres, presidente da Federação Nacional de Saúde Suplementar (FenaSaúde), Raquel Reis, CEO da SulAmérica Saúde e Odonto, e Carlos Amilcar Salgado, diretor do Departamento de Regulação Assistencial e Controle do Ministério da Saúde.

A conversa abordou uma ampla gama de tópicos cruciais para o setor, com ênfase no combate à fraude, na regulação do mercado e nas práticas que visam garantir que os recursos destinados ao cuidado da saúde sejam usados de maneira eficiente. Durante o



painel, ficou claro que, embora já haja esforços consideráveis para combater as fraudes, ainda há muito a ser feito para fortalecer a integridade do sistema de saúde suplementar no Brasil.

Combate às fraudes e a urgência da educação

Manoel Peres, presidente da FenaSaúde, citou a importância de continuar o comba-

te às fraudes que ainda afetam o setor. Ele mencionou a colaboração com órgãos como o Ministério Público e a polícia para investigar e dismantlar quadrilhas que se aproveitam de fragilidades no sistema de saúde suplementar. “É fundamental que a FenaSaúde continue a promover campanhas educativas para garantir que tanto os corretores quanto os segurados compreendam a importância do uso adequado dos benefícios. O setor está sendo muito eficaz no combate às frau-



“É fundamental que a FenaSaúde continue a promover campanhas educativas para garantir que tanto os corretores quanto os segurados compreendam a importância do uso adequado dos benefícios.

Manoel Peres,
presidente da FenaSaúde

**“Queremos reforçar
nosso compromisso com
os corretores, que são a
razão do nosso sucesso.**

**A SulAmérica está
completando 130 anos
e, para isso, precisamos
dos corretores para os
próximos 130 anos”**

Raquel Reis,
CEO da SulAmérica Saúde e Odonto



des, mas infelizmente ainda existem práticas que, do ponto de vista ético e moral, não são aceitáveis”, sublinhou Peres.

Peres ressaltou também o papel da FenaSaúde em reforçar a necessidade de uma regulação mais rigorosa para evitar o uso indevido dos recursos do setor. “Temos que trabalhar para erradicar essas práticas delituosas e garantir que os recursos destinados à saúde sejam utilizados de forma correta e transparente”, acrescentou o presidente da FenaSaúde.

Sustentabilidade e inovação na saúde suplementar

Raquel Reis, CEO da SulAmérica Saúde e Odonto, também apresentou sua visão sobre os desafios enfrentados pelo setor, com ênfase na sustentabilidade e na inovação. Para ela, não há soluções simples para os problemas complexos do setor, especialmente quando se trata de fraudes e abusos. “Não existe uma bala de prata para resolver esses problemas. O que estamos fazendo é trabalhar em múltiplas frentes: investindo em novos produtos, em gestão de sinistros e, acima de tudo, na prevenção”, disse Raquel.

A executiva também destacou a importância de lançar novos produtos dentro da regulação vigente, com foco em acessibilidade e sustentabilidade financeira. “Estamos lançando produtos modulares de reembolso e soluções regionais que oferecem mais acesso

à saúde para as pessoas, com um valor que cabe no bolso. A inovação tem sido a chave para atender a demanda por serviços de saúde de qualidade, sem comprometer a sustentabilidade do sistema”, explicou a CEO.

Raquel aproveitou ainda a oportunidade para parabenizar os corretores de seguros, destacando o papel fundamental que desempenham no crescimento da SulAmérica. “Queremos reforçar nosso compromisso com os corretores, que são a razão do nosso sucesso. A SulAmérica está completando 130 anos e, para isso, precisamos dos corretores para os próximos 130 anos”, afirmou Raquel, lembrando que a companhia está investindo fortemente para expandir suas operações e inovar no mercado.

Expectativas para o futuro

O painel também abordou as expectativas para o futuro do setor de saúde suplementar, com foco na necessidade de continuar a inovação e a prevenção. Raquel compartilhou que, embora 2023 tenha sido um ano desafiador para a empresa, 2024 trouxe melhorias significativas, com o lançamento de novos produtos e um crescimento consistente nas carteiras de clientes. “O setor de saúde suplementar está em constante evolução. Para 2025, estamos nos preparando para mais novidades, mas o principal é continuar promovendo a educação e o entendimento sobre a importância de um sistema de saúde justo e acessível para todos”, concluiu.

Allianz Seguros destaca capacitação e premiações para corretores

Por: Redação - Revista Seguro Total

redacao@revistasegurototal.com.br

Allianz Seguros marcou presença no 23º Congresso Brasileiro dos Corretores de Seguros, evento promovido pela Federação Nacional dos Corretores de Seguros (Fenacor), apresentando novas iniciativas voltadas para o desenvolvimento e reconhecimento dos corretores. A Diretora Comercial RJ/ES, Livia Prata, detalhou durante o evento o sucesso das ações da companhia, destacando o programa +Capaz, parte do abrangente projeto Aliadoz.

Alliadoz: Capacitação, reconhecimento e viagens como incentivo

“Temos o nosso programa de capacitação, o +Capaz. Ele está dentro do programa Aliadoz, que é um programa completo que passa pelo +Capaz de capacitação, +comissão, +prêmios e +viagens”, explicou Livia Prata. Segundo a executiva, o projeto busca não apenas qualificar os corretores, mas também oferecer reconhecimento e experiências exclusivas.

“Estamos na reta final do nosso programa de viagens. Vários corretores que passaram aqui estão quase com o pé na nossa viagem internacional para Milão e Veneza e na nacional, que será realizada no Club Med, aqui no Rio de Janeiro”, acrescentou Prata, revelando o entusiasmo com o desempenho dos participantes.

Foco na capacitação e campanhas com bonificações especiais

Livia Prata destacou ainda que o +Capaz oferece treinamentos voltados a produtos estratégicos da Allianz, como vida, transporte, empresarial e residencial. Esses produtos pontuam em dobro na campanha vigente, incentivando o engajamento dos corretores e ampliando seu portfólio de atuação.

“Estamos levando capacitação e fomentando técnicas de vendas nos corretores para que eles distribuam os seguros da Allianz com mais



Livia Prata,
Diretora Comercial RJ/ES da Allianz Seguros

eficiência. O objetivo é oferecer o melhor suporte para que possam atender seus clientes com excelência”, destacou Prata.

Iniciativas alinhadas ao crescimento do mercado

Com uma abordagem que une capacitação contínua e reconhecimento, a Allianz Seguros reforça seu compromisso com o desenvolvimento dos corretores. “A Allianz acredita no potencial dos corretores e no papel essencial que desempenham na distribuição de seguros em todo o Brasil. O programa Aliadoz é um reflexo desse compromisso, unindo aprendizado e gratificação para quem faz parte da nossa trajetória”, finalizou a executiva.

Presença estratégica no congresso

A participação da Allianz no Congresso Brasileiro dos Corretores de Seguros reforça a importância do relacionamento próximo com esses profissionais e a aposta da empresa em um mercado cada vez mais qualificado e dinâmico. A companhia segue investindo em programas que vão além da capacitação, criando experiências únicas que fortalecem a parceria com seus corretores e incentivam o crescimento sustentável do setor.

A fraude contra o seguro na carteira de automóveis

A fraude contra o seguro na carteira de automóveis impacta significativamente o setor de seguros e a economia como um todo. Este tipo de fraude inclui uma série de práticas ilícitas, como falsificação de documentos, exagero nos valores de sinistros e, em alguns casos, até a criação de acidentes fictícios. Esse comportamento não apenas eleva os custos das apólices, repassando esses custos a todos os segurados, mas também compromete a confiabilidade do sistema, gerando desconfiança entre seguradoras e clientes.

A fraude contra o seguro na carteira de automóveis pode ocorrer de diversas maneiras. Entre os principais tipos de fraudes estão:

Acidentes simulados: Nesse tipo de fraude, o segurado simula um acidente de trânsito com o objetivo de acionar o seguro e obter uma indenização por danos inexistentes. Muitas vezes, o “acidente” ocorre em locais isolados e sem testemunhas, dificultando a verificação dos fatos pela seguradora.

Superfaturamento de reparos: Aqui, o segurado ou a oficina envolvida exagera nos valores necessários para o reparo do veículo. Isso pode incluir a cobrança por peças que não foram trocadas, a inclusão de serviços desnecessários ou a aplicação de valores acima do mercado.



Foto: Divulgação

por **Clésio Galvão**
clesciogalvao.adv.br

Em alguns casos, há um acordo entre o segurado e a oficina para dividir o valor excedente.

Roubo ou furto fictício: Algumas fraudes envolvem a simulação do roubo ou furto do veículo, quando na realidade ele foi vendido, levado a outro país ou, em alguns casos, permanece com o próprio proprietário. Esse tipo de fraude pode ser difícil de detectar, especialmente se houver documentação forjada.

Venda e emissão de documentos falsificados: Em alguns casos, fraudadores usam documentos falsos para conseguir contratar seguros de veículos que já sofreram perdas totais ou que estão irre recuperáveis. Esse tipo de fraude gera um ciclo de prejuízos, pois esses veículos, caso sejam acidentados novamente, aumentam os custos das seguradoras.

Sinistros Repetidos: Este é um esquema em que o mesmo dano é usado em múltiplas apólices de seguros. Por exemplo, um veículo que já foi envolvido em um sinistro é reapresentado como danificado em outro seguro ativo, gerando um novo pedido de indenização.

Impactos econômicos das fraudes

As fraudes na carteira de automóveis acarretam um aumento significativo dos custos operacionais das seguradoras. No Brasil, estima-se que os prejuízos causados por fraudes de seguros no setor de automóveis alcancem bilhões de reais anualmente. Esse aumento de custos se



traduz na elevação dos prêmios para os segurados, o que gera uma situação insustentável, na qual clientes honestos acabam sendo penalizados pelas práticas desleais de outros.

Além disso, o aumento nos custos do seguro pode levar à evasão de segurados, que buscam alternativas mais baratas e, muitas vezes, ilegais, como os seguros piratas. Esse fenômeno, por sua vez, alimenta o ciclo de fraudes e impacta ainda mais negativamente o mercado formal de seguros, criando um ambiente de desconfiança entre seguradoras e segurados.

Para reduzir o impacto das fraudes, as seguradoras vêm investindo em tecnologia e processos de análise avançados para identificar comportamentos suspeitos. Entre as principais ferramentas e estratégias usadas estão:

1 Análise de dados e Inteligência Artificial (IA): Ferramentas de análise de grandes volumes de dados permitem identificar padrões incomuns nos pedidos de indenização. A IA ajuda a correlacionar dados de diversas fontes, como histórico de sinistros, localização do acidente, perfil do segurado e informações de oficinas para verificar a autenticidade dos pedidos.

2 Auditorias e investigações de campo: Em muitos casos, as seguradoras mantêm equipes de investigação especializadas em fraudes de sinistros. Essas equipes visitam oficinas, verificam o local do acidente, buscam imagens de câmeras de segurança e entrevistam envolvidos para confirmar a veracidade das alegações.

3 Educação do consumidor: Informar o cliente sobre as consequências legais e fi-

nanceiras das fraudes e sobre a importância de seguir processos transparentes na solicitação de indenizações é uma prática preventiva eficiente. Consumidores conscientes tendem a evitar práticas fraudulentas ao entender os riscos envolvidos.

4 Colaboração com outros agentes do setor: A colaboração entre seguradoras, órgãos reguladores e órgãos de segurança é fundamental para o combate eficaz às fraudes. O compartilhamento de informações permite identificar padrões de fraude mais amplos e fortalecer a detecção de atividades suspeitas.

Questão exige colaboração de todos

A fraude contra o seguro na carteira de automóveis é um problema complexo que exige a colaboração de todos os agentes do setor para ser enfrentado de forma eficaz. As seguradoras, através de tecnologias avançadas e processos de auditoria rigorosos, vêm aprimorando suas capacidades de detectar fraudes, mas é essencial que essa luta inclua também a conscientização dos consumidores e a atuação vigilante dos corretores de seguros.

Para garantir um ambiente de seguros mais transparente e acessível, é fundamental que os segurados compreendam o impacto negativo da fraude e que a legislação seja aplicada com rigor contra aqueles que cometem esse tipo de crime. A redução das fraudes não só beneficia o mercado de seguros, mas também contribui para um sistema mais justo e acessível para todos, permitindo que os seguros cumpram seu papel de proteção e segurança de forma mais eficiente e confiável.

Vem aí o Summit Inovatec 2025, com os seguintes temas:

- Transportes e Logística
- Prevenção de Perdas
- Gerenciamento de Riscos
- Segurança para Cargas
- Tecnologia e Inovação
- Direito Securitário
- Desenvolvimento de Negócios

Acompanhe todas as novidades
em revistasegurototal.com.br!

st SUMMIT
INOVATEC

13 DE MARÇO DE 2025 - SÃO PAULO (SP)

Aproveite e escaneie o QR Code
para saber mais detalhes e expor sua marca
neste momento marcante:





Grupo HDI aposta na diversificação de produtos e marcas

Por: Redação - Revista Seguro Total

redacao@revistasegurototal.com.br

O Grupo HDI, composto pelas marcas HDI Seguros, Yelum Seguradora (anteriormente Liberty Seguros) e Aliro Seguro, marcou presença no 23º Congresso Brasileiro dos Corretores de Seguros com um estande inovador e uma série de apresentações estratégicas. Durante o congresso, executivos do grupo compartilharam suas visões sobre o futuro do setor, a importância da parceria com os corretores e as novas fases de suas marcas.

Força da parceria com os corretores

Carla Oliveira, Diretora de Produto Auto da HDI, destacou a importância do congresso como uma plataforma de interação e troca com os corretores. “Para a gente, é um momento sempre super importante estar aqui no congresso. A gente faz questão de estar aqui todos os anos com o nosso estande aberto para receber nossos parceiros, corretores e assessorias, porque é a essência do nosso negócio. Eu, enquanto área de produto, sempre digo: só consigo desenvolver produtos e serviços que atendem aos nossos clientes porque tenho parceiros, corretores, que todos os dias dizem o que precisamos fazer para melhorar o produto”.

A executiva enfatizou que essa relação próxima é fundamental para a evolução do portfólio da empresa. “É uma honra poder sentar à mesa com nossos corretores, ouvir, conversar, e isso só enriquece o nosso trabalho e o impacto positivo que geramos na sociedade”, completou Carla, ressaltando o quanto o evento é crucial para o fortalecimento das relações dentro do mercado.

Diversidade de produtos e a revolução da Inteligência Artificial

Igor Di Beo, Vice-Presidente de Vida e Ramos Elementares (RE) do Grupo HDI, também compartilhou sua visão sobre a importância do congresso e a estratégia do grupo para 2025. “Hoje,



Carla Oliveira,
Diretora de Produto
Auto da HDI

o grupo HDI, além de contar com três marcas distintas, oferece um dos maiores portfólios de produtos do mercado brasileiro. Desde um seguro de vida individual até grandes riscos e seguros patrimoniais, conseguimos atender a uma gama de necessidades dos nossos clientes”, afirmou Igor, ressaltando a flexibilidade e abrangência das

soluções oferecidas aos corretores.

Ao falar sobre as inovações tecnológicas, Di Beo apontou a Inteligência Artificial como uma revolução iminente no setor. “A Inteligência Artificial é uma área ainda pouco explorada, mas que trará uma grande disrupção no mercado. Ela vai proporcionar ganhos de produtividade e inovação, mudando completamente a forma como operamos e oferecendo novas possibilidades para o setor de seguros”.

Papel social do corretor de seguros

Alexandre Moreira, Diretor Regional Centro-Oeste, Minas Gerais, Rio de Janeiro e Espírito Santo do Grupo HDI, aproveitou o evento para parabenizar os corretores de seguros, ressaltando sua importância social. “Essa missão nobre de proteger as pessoas e os patrimônios é fundamental. Muitas famílias poderiam ter se destruído se não fosse o corretor de seguros. O Grupo HDI é a maior seguradora do Sul do Brasil, e, após a catástrofe recente com as enchentes na região, vimos o quanto é essencial o papel do corretor nos momentos de crise”.



Igor Di Beo, Vice-Presidente
de Vida e Ramos Elementares
(RE) do Grupo HDI

Moreira completou, destacando a função social do corretor: “O corretor de seguros tem um papel social que ajuda a sociedade inteira, e é importante reforçar que, no Brasil, seguro é só com corretor”.

Nova era do Grupo HDI

Eduardo Dal Ri, CEO do Grupo HDI, compartilhou detalhes sobre as transformações no

grupo, com o lançamento da nova marca da Yelum Seguradora e a integração das marcas. “Este congresso tem um significado especial para nós, pois é a primeira vez que a Yelum está participando. O nosso estande reflete a união das marcas e a diversidade de produtos que oferecemos. O lançamento da Yelum, com a tradição da Liberty, marca uma nova fase para o Grupo HDI, tornando-nos uma companhia multimarcas, multiprodutos”, explicou Dal Ri.

Dal Ri também mencionou o fortalecimento da empresa e a adaptação às novas demandas do mercado. “Estamos chegando ao final de 2024, e a superação tem sido o tema deste ano. Apesar das dificuldades, o mercado de seguros continua forte, e o Grupo HDI, ainda mais robusto, segue com novos produtos, novas marcas e um compromisso com a inovação”.

O CEO do Grupo HDI elencou a integração das marcas como um passo importante: “Agora, começamos a unir as forças das nossas marcas, criando sinergias entre elas. Um exemplo disso é a nossa assistência 24 horas, que, agora, passa a atender também à marca HDI, ampliando o serviço de excelência que já oferecia à Yelum. Isso só fortalece nossa oferta e proporciona ainda mais benefícios aos nossos corretores e clientes”.

Futuro da seguradora multimarcas e multiprodutos

Ao longo do congresso, os executivos do Grupo HDI reforçaram a importância de entender a diversidade de produtos que o grupo oferece, desde seguros simples, como residência e vida, até soluções para grandes empresas e riscos corporativos.

“Nosso desafio é mostrar aos corretores a amplitude das nossas ofertas, que são o resultado da união da Sompco Consumer, HDI Seguros e Liberty Seguros. Estamos preparados para oferecer aos corretores as melhores opções de seguros para os seus clientes, com a qualidade e confiabilidade que a HDI sempre entregou”, concluiu Eduardo Dal Ri.



Alexandre Moreira,
Diretor Regional Centro-Oeste,
Minas Gerais, Rio de Janeiro e
estratégico importante: Espírito Santo do Grupo HDI



Eduardo Dal Ri,
CEO do Grupo HDI



Icatu Seguros inova com ferramentas digitais e novidades em produtos

Por: Redação - Revista Seguro Total

redacao@revistasegurototal.com.br

A Icatu Seguros se apresentou no 23º Congresso da Federação Nacional dos Corretores de Seguros (Fenacor) com inovações tecnológicas e o lançamento de novos produtos para o mercado de seguros de vida e previdência. Durante sua participação no evento, Guilherme Hinrichsen, Vice-Presidente Comercial da Icatu, revelou como a companhia tem se dedicado a modernizar seus serviços e fortalecer sua relação com os corretores de seguros, apresentando inovações como a Assistente Virtual Icatu (AVI) e novos produtos que visam oferecer soluções mais sofisticadas aos clientes finais.

Protagonismo do corretor na estratégia da Icatu

Para a Icatu, o corretor de seguros é uma figura central na estratégia da companhia, sen-

do essencial não apenas para a distribuição dos produtos, mas também no processo de inovação e desenvolvimento dos serviços. “O corretor de seguros é o protagonista da nossa estratégia. Estamos constantemente inovando para melhorar o relacionamento com os corretores e também para equipá-los com as melhores ferramentas, a fim de oferecer as melhores soluções para seus clientes”, afirmou Guilherme Hinrichsen.

O executivo destacou que a empresa não só investe em produtos modernos e sofisticados, mas também em ferramentas de apoio ao corretor, para que ele possa melhorar seu desempenho e maximizar suas vendas. A prova disso, segundo Hinrichsen, foi o lançamento da AVI, uma ferramenta de inteligência artificial projetada para ajudar os corretores em todo o processo de venda e pós-venda dos produtos de seguros de vida da Icatu.

“Queremos que os corretores vejam a Icatu como uma parceira estratégica. Estamos aqui para oferecer não apenas produtos, mas também ferramentas e serviços que vão ajudar vocês a crescer e a atender melhor seus clientes

Guilherme Hinrichsen,
Vice-Presidente Comercial da Icatu



Lançamento da Assistente Virtual Icatu (AVI)

Uma das grandes novidades anunciadas pela Icatu durante o congresso foi a estreia de sua assistente virtual, AVI. “A AVI é uma ferramenta de inteligência artificial que veio para facilitar a vida do corretor, ajudando no processo de venda e no acompanhamento pós-venda. Ela é capaz de dar suporte no gerenciamento de carteira, identificando clientes com pendências de pagamento ou contratos a vencer, o que permite que o corretor realize ações direcionadas e mais eficazes”, explicou Hinrichsen.

A assistente virtual representa um avanço importante na estratégia de digitalização da Icatu, que visa proporcionar mais agilidade e eficiência aos corretores no dia a dia. A ferramenta foi desenvolvida com foco em simplificar os processos e garantir uma experiência mais fluida e acessível para os profissionais que lidam com os produtos de vida e previdência da seguradora.

Novidades no portfólio

Além da inovação tecnológica, a Icatu também demonstrou novas opções em seu portfólio de produtos. “Como uma seguradora especializada no ramo de pessoas, temos o compromisso de oferecer aos nossos corretores os produtos mais modernos e completos. Um exemplo disso é o lançamento de um produto de vida inteira que permite ao corretor acompanhar o cliente ao longo de toda a sua vida, com um atendimento consultivo e altamente sofisticado”, comentou o Vice-Presidente Comercial.

“Esse produto foi desenvolvido com a intenção de ser uma solução mais completa para o cliente, permitindo ao corretor oferecer uma proteção duradoura e ajustada às diversas fases da vida do segurado”, completou Hinrichsen.

Mais do que produtos, soluções completas

Além de ampliar seu portfólio de produtos, a Icatu também investe em serviços que auxiliam os corretores na gestão e no relacionamento com seus clientes. “Não basta oferecer bons produtos; é necessário também fornecer suporte contínuo. Com a AVI e outras ferramentas, o corretor pode acompanhar sua carteira de forma mais eficaz, identificar oportunidades e garantir que os clientes tenham sempre a melhor proteção financeira”, mencionou Hinrichsen.

Icatu como parceira do corretor

Ao final da entrevista, Guilherme Hinrichsen deixou uma mensagem de incentivo para os corretores de seguros presentes no congresso. “Queremos que os corretores vejam a Icatu como uma parceira estratégica. Estamos aqui para oferecer não apenas produtos, mas também ferramentas e serviços que vão ajudar vocês a crescer e a atender melhor seus clientes. Para os corretores que já trabalham conosco, o convite é para aproveitarem ainda mais as nossas ferramentas e novos produtos. Para aqueles que ainda não conhecem a Icatu, a porta está aberta. Venham conversar com nossa equipe comercial e descubram como podemos construir juntos um futuro mais seguro para os seus clientes”, finalizou.



Ituran Brasil compartilha inovações no Congresso da Fenacor

Por: Redação - Revista Seguro Total

redacao@revistasegurototal.com.br

Durante o 23º Congresso Brasileiro dos Corretores de Seguros, promovido pela Federação Nacional dos Corretores de Seguros (Fenacor), Euclides Naliato, diretor comercial da Ituran Brasil, compartilhou com entusiasmo as novidades e inovações da empresa, além de destacar sua visão para o futuro do mercado de seguros no Brasil. Em entrevista, Naliato revelou como a Ituran, conhecida por sua atuação no mercado de tecnologia e rastreamento, tem ampliado sua oferta de produtos e soluções para os corretores de seguros, com foco nas classes C e D e veículos com mais de 10 anos.

Inovações e novos produtos para os corretores de seguros

A Ituran, tradicionalmente reconhecida pelo seu trabalho no rastreamento e monitoramento de veículos, está diversificando sua atuação no setor de seguros com o lançamento de produtos como o Ituran Seguro Light e o Ituran One. “O Congresso dos Corretores de Seguros da Fenacor foi um evento muito importante para nós. Apresentamos nossas soluções e mostramos como os produtos da família Ituran podem ajudar os corretores a

expandirem seus negócios”, afirmou Naliato.

O executivo mencionou que a empresa está focada em oferecer alternativas para um público que, historicamente, tem ficado de fora do mercado de seguros mais convencionais. “Nosso foco está nas classes C e D, e em veículos com mais de 10 anos. Esses clientes, que muitas vezes não conseguem acessar seguros compreensivos, agora têm a oportunidade de contar com a proteção da Ituran”, explicou o diretor comercial.

Tecnologia como diferencial no mercado de seguros

Um dos grandes diferenciais dos produtos da Ituran é a integração da tecnologia de rastreamento com o seguro de automóvel. A empresa não se posiciona como uma corretora ou seguradora, mas como uma fornecedora de tecnologia para o mercado de seguros. “Somos uma empresa de tecnologia, e nosso papel é levar ao mercado soluções de seguros de automóveis combinadas com monitoramento em tempo real”, destacou Naliato.

A tecnologia de rastreamento da Ituran permite que os segurados gerenciem seus veículos, monitorando sua localização e condições em tempo real, e acessem diversos serviços de assistência através de uma plataforma digital. “O cliente pode acessar a sua apólice, falar com o corretor e ter total controle sobre o gerenciamento do seu veículo. Isso proporciona uma tangibilidade única do produto, que agrega ainda mais valor ao seguro”, citou Naliato.

Expectativas de crescimento e expansão nacional

O diretor comercial também compartilhou as expectativas da Ituran para os próximos anos. “Estamos muito otimistas para 2024.

“Acreditamos muito no papel do corretor e estamos comprometidos em fornecer a ele as ferramentas necessárias para oferecer as melhores soluções aos seus clientes”

Euclides Naliato,
diretor comercial da Ituran Brasil



Euclides Naliato,
diretor comercial da Ituran Brasil

Nosso objetivo é crescer ainda mais, expandindo nossa presença para várias regiões e estados do Brasil. Vamos contar com a parceria dos nossos corretores de seguros em todo o país para divulgar nossas soluções e produtos”, disse Naliato.

Euclides Naliato enfatizou que a colaboração com os corretores é essencial para o sucesso da Ituran e para o crescimento contínuo da empresa no setor de seguros. “Acreditamos muito no papel do corretor e estamos comprometidos em fornecer a ele as ferramentas necessárias para oferecer as melhores soluções aos seus clientes”, completou.

Corretor de seguros: parceria e reconhecimento

Em um momento especial da entrevista, Naliato fez questão de parabenizar todos os corretores de seguros, reconhecendo sua importância para o mercado e para a Ituran. “Queremos deixar uma mensagem de agradecimento a todos esses profissionais que são tão essenciais para o nosso setor. Temos muitos amigos entre os corretores e corretoras de seguros, e é com eles que conseguimos crescer e levar as melhores soluções para o mercado”, acrescentou Naliato.

O diretor comercial reforçou que a parceria com os corretores é uma das chaves para o sucesso da Ituran no mercado de seguros. “Os corretores são fundamentais para o nosso sucesso, e estamos aqui para apoiar vocês em tudo o que for necessário”, concluiu.



Justos promove **revolução digital** no mercado segurador

Por: Redação - Revista Seguro Total
redacao@revistasegurototal.com.br

Durante o 23º Congresso Brasileiro dos Corretores de Seguros, promovido pela Federação Nacional dos Corretores de Seguros (Fenacor), Luciano Lima, diretor comercial da Justos, compartilhou as inovações que a empresa, uma startup focada no mercado de seguros, está trazendo para o setor. Com um modelo de negócios totalmente digital, a Justos aposta em inteligência artificial e telemetria para oferecer um serviço mais rápido, acessível e adaptável tanto para os corretores quanto para os segurados. Em entrevista, Lima destacou como a Justos está comprometida em ser uma parceira de longo prazo para os corretores de seguros, oferecendo soluções que atendem às novas demandas do mercado.

Justos e a parceria com os corretores

Luciano Lima demonstrou como a Justos tem uma abordagem diferenciada em relação aos corretores de seguros. “A Justos entende que o corretor de seguros é o canal de distribuição mais importante para o mercado. Desde o início, montamos uma equipe comercial em todas as regiões do Brasil para apoiar os corretores e facilitar o processo de venda de nossos produtos”, afirmou Lima.

O executivo ressaltou que a Justos se propõe a criar uma experiência simples e rápida tanto para o corretor quanto para o segurado, com um processo totalmente digital. “Nós buscamos oferecer uma plataforma intuitiva e ágil,

“Nosso objetivo é crescer junto com os corretores, e para isso, estamos oferecendo as ferramentas certas e um suporte contínuo para que eles possam prosperar”

Luciano Lima,
diretor comercial da Justos

tanto para a venda quanto para o atendimento ao segurado quando ele precisar. A satisfação do cliente é uma prioridade para nós”, completou o diretor comercial.

Seguros inteligentes e benefícios inovadores

A inovação da Justos vai além da digitalização do processo. A empresa introduziu um modelo de seguro baseado em telemetria, o que permite monitorar o comportamento de direção do segurado. Lima explicou: “O conceito por trás do nosso seguro é simples: é um seguro mensal baseado no uso, que analisa a forma de condução do segurado. Através de telemetria, pontuamos a direção do cliente e, com isso, ele pode ganhar pontos que podem ser trocados



Luciano Lima,
diretor comercial da Justos

por vouchers de estabelecimentos como McDonald's, Uber e outros”, disse.

Além dos benefícios de recompensas, o modelo da Justos também permite aos segurados reduzir seus prêmios mensais com base em seu comportamento de direção. “Se o segurado dirigir de maneira responsável, sem usar o celular, sem acelerar excessivamente e seguindo as regras de trânsito, ele consegue diminuir o valor do seu prêmio mensal. Isso é algo que só a Justos oferece no mercado”, apresentou Lima.

Agilidade e adaptação: o modelo da Justos

O diferencial da Justos, como startup, está na sua capacidade de adaptar-se rapidamente às necessidades do mercado. Lima revelou que, ao contrário das seguradoras tradicionais, que podem ter processos mais rígidos devido ao seu legado, a Justos consegue implementar mudanças de forma muito mais ágil. “Quando estamos em reunião com um corretor ou segurado e recebemos uma sugestão ou opinião sobre o produto, conseguimos fazer ajustes imediatos. Se for algo que beneficia o mercado, o corretor ou o segurado, ajustamos de um dia para o outro”, mencionou Lima.

Ele citou um exemplo recente de como a Justos atendeu rapidamente às necessidades dos corretores, implementando um QR code no processo de venda, o que facilitou o acesso dos segurados às informações do produto. “Isso mostra como estamos preparados para ser ágeis e responsivos, algo que é um grande diferencial em um mercado com tanta concorrência”, projetou.

Justos no Congresso dos Corretores

Luciano Lima também compartilhou sua satisfação por estar participando do 23º Congresso Brasileiro dos Corretores de Seguros, um evento que, segundo ele, comprova o compromisso da Justos com o canal de distribuição dos corretores. “Entrei na Justos há quatro meses e em apenas dois meses nossa estrutura comercial foi totalmente remodelada. Agora, estamos aqui, no maior evento do mercado, para mostrar que acreditamos no corretor de seguros como nosso parceiro estratégico”, acrescentou Lima.

O diretor comercial ponderou que a presença da Justos no congresso é uma demonstração clara do desejo da empresa de se tornar uma parceira definitiva dos corretores. “Nosso objetivo é crescer junto com os corretores, e para isso, estamos oferecendo as ferramentas certas e um suporte contínuo para que eles possam prosperar”, finalizou.

Lideranças discutem o futuro do mercado de seguros no Congresso Brasileiro dos Corretores

Por: Redação - Revista Seguro Total
redacao@revistasegurototal.com.br



O Congresso Brasileiro dos Corretores de Seguros, promovido pela Federação Nacional dos Corretores de Seguros (Fenacor), reuniu lideranças do setor e autoridades entre os dias 10 e 12 de outubro de 2024, no Rio de Janeiro. O evento se consolidou como um marco para o debate sobre a evolução do mercado de seguros no Brasil,

abordando temas como inovação, negócios e a regulamentação das associações cooperativas. Além da participação de personalidades como Armando Vergílio, presidente da Fenacor, e Fernando Haddad, ministro da Fazenda, o governador do Rio de Janeiro, Cláudio Castro, destacou a relevância econômica e social do evento para o estado.

Abertura do 23º Congresso Brasileiro dos Corretores de Seguros

Abertura e homenagem a Henrique Brandão

Ricardo Garrido, presidente do Sindicato dos Corretores de Seguros do Rio de Janeiro (Sincor-RJ), abriu o evento com uma homenagem ao corretor Henrique Brandão, falecido em janeiro de 2024. Na sequência, anunciou uma novidade importante: “Em parceria com a Fenacor e o presidente Armando Vergílio, decidimos que, a partir deste ano, os congressos brasileiros serão realizados aqui no Rio de Janeiro, na nossa cidade maravilhosa”.

Armando Vergílio: potencial e inclusão

O presidente da Fenacor, Armando Vergílio, reforçou a necessidade de ampliar a penetração do seguro no país e fomentar a inclusão de associações cooperativas no mercado regulado. “Nós temos um imenso potencial, mas pouca penetração. Precisamos fazer do Brasil um mercado de seguros à altura do país”. Ele enfatizou que a integração das cooperativas ao sistema trará maior acessibilidade e proteção para a população: “Esse é um passo essencial para democratizar o acesso ao seguro e gerar oportunidades para corretores e seguradoras”.

Rio como hub do setor

O governador Cláudio Castro ponderou o impacto positivo de sediar o evento no Rio de Janeiro, tanto para o mercado local quanto para o turismo e a economia do estado. “Esse congresso é mais do que um encontro de especialistas; é uma oportunidade para posicionarmos o Rio como um hub estratégico para o setor de seguros”. Castro reforçou o compromisso do governo em apoiar iniciativas que estimulem o desenvolvimento econômico e social, destacando a relevância do mercado de seguros nesse contexto.

Regulação e Saúde Suplementar

O superintendente da Superintendência de Seguros Privados (Susep), Alessandro Octaviani, sublinhou a necessidade de modernizar a regulação para acompanhar as inovações do mercado e melhorar a experiência dos consumidores. “O setor precisa de uma regulação inteligente, que seja ágil e adaptada à nova realidade digital”. Ele também enfatizou a importância da estabilidade regulatória para atrair novos investimentos e fortalecer o mercado.

Paulo Rebello Filho, diretor-presidente da Agência Nacional de Saúde Suplementar (ANS), apresentou os avanços na saúde suple-

mentar e a relevância da sinergia entre o setor de seguros e a saúde privada. “A interconexão entre os seguros e a saúde suplementar é essencial para garantir mais eficiência e qualidade no atendimento ao consumidor”. Ele também mencionou o compromisso da ANS com a ampliação do acesso a planos de saúde, especialmente em um cenário de crescente demanda.

Debates estratégicos

O congresso contou ainda com a participação de Fernando Haddad, ministro da Fazenda, que lembrou a importância da Tabela Fipe na padronização dos valores de indenização, e de Ronaldo Caiado, governador de Goiás, que defendeu reformas estruturantes como fundamentais para o crescimento econômico e elogiou a atuação do setor de seguros no agronegócio. Dyogo Oliveira, presidente da Confederação Nacional das Seguradoras (CNseg), celebrou o crescimento do mercado, que já representa 6% do PIB brasileiro, e Lucas Vergílio, presidente da Escola de Negócios e Seguros (ENS), ressaltou a importância da qualificação profissional contínua para acompanhar o avanço das tecnologias.

Com temas estratégicos e discursos otimistas, o Congresso Brasileiro dos Corretores de Seguros encerrou suas atividades destacando o potencial de crescimento do setor e a importância da colaboração entre líderes e instituições para garantir mais segurança e proteção à sociedade brasileira.



MAG Seguros **impulsiona mudança** no mercado com **educação financeira e ampliação de produtos**

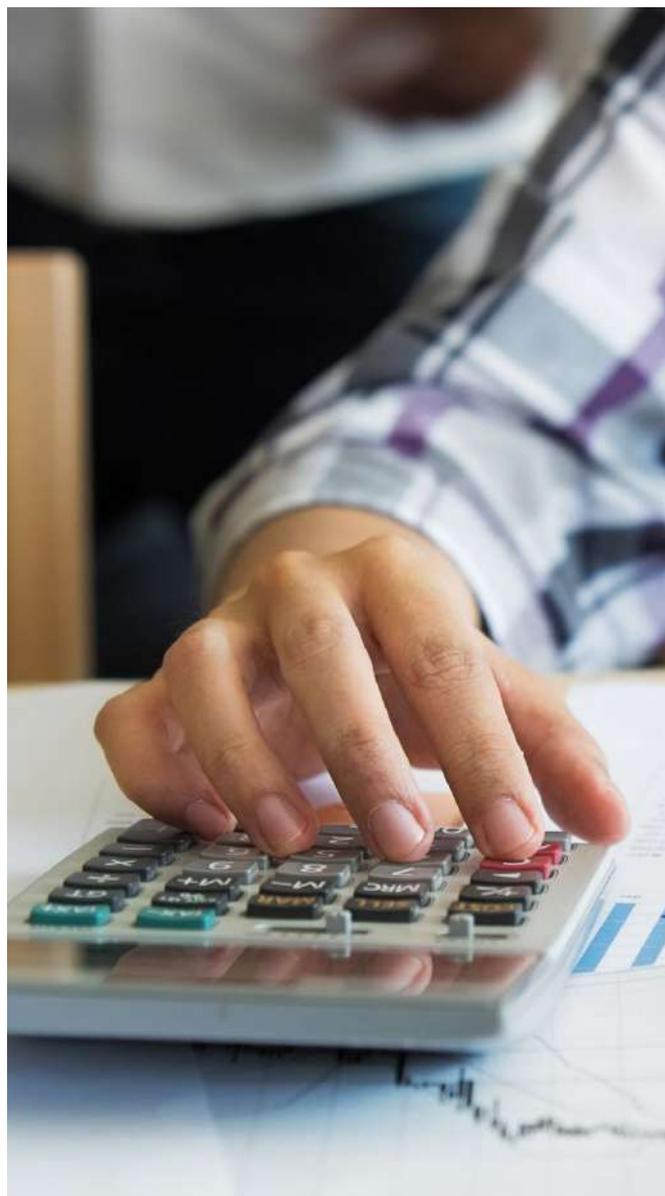
Por: **Redação - Revista Seguro Total**
redacao@revistasegurototal.com.br

No 23º Congresso Brasileiro dos Corretores de Seguros, promovido pela Federação Nacional dos Corretores de Seguros (Fenacor), Nuno David, diretor Comercial e de Marketing do Grupo MAG Seguros, destacou a transformação do mercado de seguros no Brasil e a crescente importância do corretor de seguros. Em entrevista, Nuno detalhou como a MAG está trabalhando para promover essa mudança, com foco na ampliação da oferta de produtos e serviços e na capacitação contínua dos corretores. Para ele, o corretor é peça-chave nesse processo de evolução e deve se adaptar para atender às novas demandas do mercado e da regulação.

Ampliação da oferta de produtos e serviços: mais soluções para o corretor

Nuno David começou a entrevista ressaltando a transformação no papel do corretor de seguros. “O corretor de seguros tem se tornado uma presença mais ampla na vida dos brasileiros. Hoje, ele não vende apenas um tipo de produto, mas é convidado a oferecer uma gama maior de soluções para atender às necessidades de seus clientes”, afirmou. O executivo ressaltou que a MAG tem se esforçado para promover essa mudança, ampliando seu portfólio de produtos e serviços.

“Hoje, temos 72 diferentes coberturas em nosso portfólio de produtos. E isso sem contar todos os outros serviços que oferecemos, como o aconselhamento de risco e a educação financeira, que são cada vez mais importantes para a proteção financeira das famílias brasileiras”, mencionou Nuno. Para ele, oferecer um leque



Para mudar a percepção da sociedade brasileira sobre a importância de se equipar com produtos de proteção financeira, precisamos trabalhar de forma constante e consistente”

Nuno David,
diretor Comercial e de Marketing do
Grupo MAG Seguros

mais amplo de opções ao corretor permite que ele atenda melhor seus clientes e se torne um consultor completo em soluções de seguros.

Capacitação do corretor

A capacitação contínua do corretor é outro pilar fundamental da estratégia da MAG Seguros. Nuno David citou a importância do investimento em educação financeira para melhorar a compreensão dos brasileiros sobre a necessidade de proteção financeira. “A educação financeira é um investimento contínuo. Não é uma solução de curto prazo. Para mudar a percepção da sociedade brasileira sobre a importância de se equipar com produtos de proteção financeira, precisamos trabalhar de forma constante e consistente”, ponderou.

A MAG Seguros tem investido fortemente em programas de capacitação para os corretores, com o apoio de sua universidade corporativa e por meio de ações de comunicação, como o videocast e conteúdos postados regularmente pelas lideranças da empresa. “Nosso objetivo é disseminar conhecimento de forma eficiente, e já somos a primeira marca em reconhecimento de conteúdos nas principais plataformas. Esse esforço tem sido reconhecido pelo mercado, e estamos vendo uma evolução cada vez maior”, explicou Nuno.

Transformação digital e o papel do corretor

Nuno também comentou sobre o impacto da digitalização no mercado de seguros e como os corretores estão cada vez mais integrados às plataformas digitais. “Os corretores estão percebendo o poder das plataformas digitais para



Nuno David,
diretor Comercial e de Marketing do
Grupo MAG Seguros

disseminar conhecimento e alcançar um público maior. A digitalização tem sido uma aliada importante na capacitação e na atração de novos clientes, e estamos acompanhando essa evolução com muito entusiasmo”, disse.

O executivo acredita que os corretores de seguros são fundamentais para o sucesso dessa transformação digital, pois são eles que aproximam o cliente das soluções oferecidas pelas plataformas e ferramentas digitais. “O corretor é o elo entre a tecnologia e o cliente. Eles desempenham um papel crucial na adaptação do mercado às novas demandas e devem continuar se capacitando para aproveitar ao máximo as oportunidades oferecidas pela digitalização”, finalizou Nuno.

MAPFRE reforça parceria com o mercado e celebra patrocínio à Conmebol Libertadores

Por: Redação - Revista Seguro Total

redacao@revistasegurototal.com.br

A MAPFRE, uma das principais seguradoras globais, foi uma das protagonistas do 23º Congresso Brasileiro dos Corretores de Seguros, realizado em outubro de 2024 no Rio de Janeiro. Com um estande interativo e a presença de executivos-chave, a companhia aproveitou o evento para fortalecer ainda mais seus laços com os corretores, além de apresentar suas inovações no setor de seguros e as novas estratégias para o futuro. O congresso foi também uma excelente oportunidade para divulgar sua parceria com a Conmebol Libertadores, um ativo de marca que tem gerado grande visibilidade e engajamento.

Aproximação com os corretores

Jonson Sousa, Diretor Territorial de São Paulo – Capital da MAPFRE, destacou a importância do congresso para estreitar os laços com os corretores e reforçar a presença da MAPFRE no mercado brasileiro. “É um enorme prazer estar aqui no congresso e trazer todas as melhorias que a MAPFRE implementou, novos produtos, novos processos e campanhas. Estamos aqui para fazer com que os corretores se sintam em casa, como parte da nossa história”, afirmou Sousa.

A MAPFRE aproveitou a ocasião também para celebrar o mês do corretor de seguros, uma data importante para o setor. “O corretor é um profissional essencial, capaz de levar proteção e segurança para todo o país. Parabenizamos esses profissionais que têm evoluído e ampliado a cultura do seguro no Brasil”, disse o diretor, enfatizando o papel fundamental do corretor na proteção das famílias e no crescimento do mercado.

Conexão entre futebol e seguros

Tatiana Cerezer, Diretora de Comunicação e Marketing da MAPFRE, falou com entusiasmo sobre o impacto da parceria da companhia com a Conmebol Libertadores, que tem sido uma das principais estratégias de marketing da empresa neste ano. “A parceria com a Libertadores tem sido mágica para nós. O futebol é um ativo forte e conseguimos usá-lo para construir uma relação mais próxima com os corretores. O futebol é um jogo de equipe, e, assim como no esporte, o corretor é aquele que ampara o time, que protege os outros. Essa conexão foi trazida para o nosso estande, onde celebramos juntos as vitórias desse time”, explicou a executiva.



Jonson Sousa,
Diretor Territorial de São Paulo – Capital da MAPFRE



Tatiana Cerezer,
Diretora de Comunicação e Marketing da MAPFRE

A Diretora de Comunicação e Marketing também citou as inovações no relacionamento com os corretores, com a utilização de novos canais de comunicação, como o Instagram exclusivo para corretores. “Estamos criando uma nova dinâmica com os corretores, utilizando as ferramentas digitais para fortalecer essa relação e promover campanhas como a que levará os corretores para a final da Libertadores. Essas ações aproximam a MAPFRE do corretor de uma maneira única e diferenciada”, completou.

Novas demandas do mercado

Além da interação com os corretores, a MAPFRE também participou de debates e painéis

“Estamos investindo fortemente para garantir que nossos corretores tenham as ferramentas necessárias para expandir seus negócios e oferecer sempre as melhores soluções para seus clientes”

Oscar Celada,
CEO adjunto de negócios da MAPFRE

sobre o futuro do setor de seguros. Oscar Celada, CEO adjunto de negócios da MAPFRE, esteve presente em uma mesa redonda sobre o futuro do seguro de automóveis, um tema de grande relevância diante das mudanças tecnológicas e comportamentais no mercado.

Celada ressaltou que o evento é uma oportunidade para reforçar a presença da MAPFRE no setor e estreitar ainda mais os laços com os corretores. “Valorizar o relacionamento com os corretores é fundamental para o crescimento do mercado e dos nossos negócios. Participar de eventos como o FENACOR nos permite evoluir constantemente, ajustando nossos produtos às necessidades dos consumidores”, afirmou o executivo.

Inovações e experiências no estande da MAPFRE

O estande da MAPFRE no congresso foi um dos maiores atrativos do evento, com uma estrutura interativa que permitiu aos corretores explorar de forma prática os produtos e soluções da companhia. A experiência foi desenhada para demonstrar como os produtos da MAPFRE podem atender às necessidades do cliente final, oferecendo soluções personalizadas e inovadoras para diversos segmentos do mercado de seguros.

A MAPFRE tem se posicionado como uma empresa que busca não só oferecer produtos de qualidade, mas também criar uma experiência diferenciada para os corretores, com foco em inovação e suporte contínuo. “Estamos investindo fortemente para garantir que nossos corretores tenham as ferramentas necessárias para expandir seus negócios e oferecer sempre as melhores soluções para seus clientes”, disse Tatiana Cerezer.



Foto: Divulgação



Maxpar aposta na experiência do segurado ao utilizar assistências

Por: Redação - Revista Seguro Total
redacao@revistasegurototal.com.br

A Maxpar destacou suas soluções inovadoras focadas na melhoria da experiência do segurado durante o 23º Congresso Brasileiro dos Corretores de Seguros. Regis Melo, coordenador de relacionamento comercial da Maxpar, ressaltou a importância da parceria com os corretores, mencionando como a empresa tem se dedicado a fornecer soluções de alta qualidade e serviços diferenciados, visando proporcionar uma experiência completa para o cliente.

Maxpar e o compromisso com os corretores

Para a Maxpar, o congresso foi uma oportunidade fundamental para estreitar os laços com os corretores de seguros, que desempenham

papel essencial no sucesso da companhia. “É muito importante estarmos aqui, no 23º Congresso, reforçando a Maxpar como uma grande parceira do corretor de seguros, que é nosso principal aliado no mercado”, afirmou Regis Melo. O executivo sublinhou que o evento serve não apenas para promover novos produtos e soluções, mas também para ouvir as necessidades dos corretores e continuar desenvolvendo ferramentas e capacitações que facilitem o trabalho desses profissionais.

A Maxpar tem investido continuamente em capacitação e no fornecimento de materiais de vendas que ajudem os corretores a fomentar suas soluções no mercado. “Temos uma equipe dedicada e especializada para apoiar o corretor, com conteúdos, treinamentos e informativos

que garantem que o corretor esteja sempre bem preparado para oferecer o melhor serviço ao cliente”, explicou Melo.

Inovação e soluções focadas na experiência do cliente

A Maxpar tem um forte compromisso com a qualidade na experiência do cliente, algo que Melo considera fundamental para a companhia. “A experiência do cliente, desde a abertura até a finalização do atendimento, é uma das nossas maiores preocupações. Trabalhamos constantemente para melhorar esse processo, e contamos com o apoio dos corretores para ajudar a propor novas ideias e soluções”, mencionou o coordenador de relacionamento comercial.

Entre as soluções que mais se destacam da Maxpar está o MotoVip, uma cobertura completa e inovadora para motos, que se tornou um dos principais produtos da empresa. Além disso, a Maxpar oferece uma solução diferenciada de reparo de lataria e pintura, pensada para pequenas colisões, e uma solução focada em roda, pneu e suspensão, que garante maior proteção ao cliente. “Essas soluções são completas e agregam muito valor tanto para o corretor quanto para o segurado, trazendo mais tranquilidade em momentos de imprevistos”, explicou Regis.

Parceria com a Zurich

Recentemente, a Maxpar firmou uma parceria estratégica com a Zurich, o que resultou no lançamento de uma solução inovadora no mercado: o Reparo de Lataria Premium. “Essa parceria com a Zurich nos permitiu oferecer uma solução que traz mais segurança e confiança ao corretor, além de agregar ainda mais qualidade à nossa oferta de serviços”, comentou Melo. O Reparo de Lataria Premium é um serviço avançado, que visa oferecer um atendimento ainda mais completo e eficiente para os clientes, principalmente em casos de danos mais significativos na lataria dos veículos.

Busca contínua pela qualidade

Para a Maxpar, a qualidade na prestação de serviços é um objetivo constante, e isso é visível em sua operação diária. “Estamos sempre em busca de melhorias. A cada dia, buscamos mais qualidade, mais eficiência e mais inovação para garantir que tanto o corretor quanto o segurado tenham a melhor experiência possível”, finalizou Regis. A empresa acredita que a excelência no atendimento e nos serviços é a chave



“Estamos sempre em busca de melhorias. A cada dia, buscamos mais qualidade, mais eficiência e mais inovação para garantir que tanto o corretor quanto o segurado tenham a melhor experiência possível”

Regis Melo,
coordenador de relacionamento
comercial da Maxpar



MetLife celebra sucesso em 2024 e demonstra otimismo para 2025

Por: Redação - Revista Seguro Total
redacao@revistasegurototal.com.br

Luiz Gevaerd, diretor de planejamento comercial da MetLife, compartilhou os principais marcos da empresa em 2024 e as expectativas para o próximo ano durante o Congresso da Fenacor. Em entrevista, Gevaerd destacou a importância da parceria com os corretores e revelou as novidades que estão por vir para 2025, incluindo novos produtos, campanhas e promoções exclusivas que prometem impulsionar os negócios da MetLife e fortalecer ainda mais o relacionamento com os corretores.

Aliança com os corretores e o sucesso de 2024

Para a MetLife, a presença no congresso e a participação ativa com os corretores é um

momento de celebração e reconhecimento. “Estamos muito felizes com o sucesso do nosso estande e com a parceria incrível que tivemos com os corretores em 2024. Esse apoio é fundamental para o nosso sucesso, e já estamos de olho nas oportunidades de 2025”, afirmou Gevaerd. O executivo destacou que a MetLife está comprometida em continuar crescendo ao lado dos corretores e está preparada para oferecer ainda mais soluções inovadoras para o mercado.

Destaques da companhia

Um dos grandes destaques de 2024 foi o lançamento de novas soluções para a Vida, uma iniciativa que, segundo Gevaerd, recebeu grande atenção nas redes sociais e nas campa-

nhas da empresa. “Os novos produtos de Vida estiveram entre as maiores novidades deste ano. A resposta dos corretores e dos clientes foi muito positiva, e ele realmente se destacou no nosso portfólio”, comentou Gevaerd.

Além disso, a MetLife também reposicionou com sucesso o seu seguro dental, que agora se apresenta de forma mais robusta e alinhada às necessidades do mercado. “O produto dental da MetLife teve um reposicionamento muito forte este ano. Sabemos da importância da saúde bucal para o bem-estar geral, e estamos muito felizes com a aceitação que ele teve no mercado”, completou.

Promoções exclusivas para corretores

Gevaerd também enfatizou a importância do mês de outubro, celebrado como o mês do corretor de seguros, e as ações especiais preparadas pela MetLife para esse período. “O mês do corretor é uma data muito especial para nós. Este ano, fizemos uma campanha excepcional com agenciamento extra, prêmios e brindes exclusivos para os corretores. Nosso objetivo é reconhecer o trabalho árduo e a parceria dos corretores ao longo do ano”, ponderou o diretor de planejamento comercial.



Luiz Gevaerd,
diretor de planejamento comercial da MetLife

“Os corretores são os verdadeiros protagonistas do nosso negócio. Estamos aqui para apoiá-los, para ajudá-los a expandir suas carteiras e alcançar seus objetivos”

Luiz Gevaerd,
diretor de planejamento
comercial da MetLife

O executivo convidou todos os corretores a aproveitarem as oportunidades e incentivos que a MetLife preparou para o final de ano. “Estamos preparando um evento épico para o final de 2024, com promoções incríveis e condições especiais para os corretores. Queremos fazer do final do ano uma grande oportunidade para impulsionar os negócios dos nossos parceiros e iniciar 2025 com força total”, sinalizou Gevaerd.

Expectativas para 2025

Em relação ao próximo ano, Gevaerd disse que a MetLife está preparando muitas novidades para 2025, com um foco contínuo na inovação e na ampliação da sua oferta de produtos. “Em 2025, temos muita coisa legal para oferecer aos nossos corretores. Fiquem de olho nas nossas promoções e campanhas, que trarão novas oportunidades de crescimento para todos”, compartilhou. A empresa pretende continuar investindo em produtos que atendam às diversas necessidades dos clientes, com destaque para seguros de vida e dental.

Gevaerd concluiu a entrevista destacando a importância dos corretores no sucesso da MetLife e no crescimento do mercado de seguros como um todo. “Os corretores são os verdadeiros protagonistas do nosso negócio. Estamos aqui para apoiá-los, para ajudá-los a expandir suas carteiras e alcançar seus objetivos. O futuro do mercado de seguros está em suas mãos, e queremos caminhar juntos em direção a esse futuro”, finalizou.



Porto reforça compromisso histórico e laços com os corretores de seguros

Por: Redação - Revista Seguro Total

redacao@revistasegurototal.com.br

Durante o 23º Congresso Brasileiro dos Corretores de Seguros, Luiz Arruda, Vice-Presidente Comercial, Clientes, Marketing e Dados da Porto, destacou a longa e especial parceria entre a empresa e os corretores de seguros. Em um discurso carregado de emoção e gratidão, o executivo celebrou o papel dos corretores como membros essenciais do time da Porto, reforçando o compromisso da companhia com esses profissionais.

“Antes de dar os parabéns, a gente, por quase 80 anos de relação, tem muita gratidão. A gente tem sim uma relação que vai além de qualquer relação comercial com os corretores. Os corretores fazem parte do time da Porto”, destacou Arruda, ressaltando que o vínculo com esses profissionais é mais pro-

fundo do que uma simples parceria comercial.

Pertencimento e gratidão como valores fundamentais

Um dos gestos simbólicos dessa união é a entrega de crachás aos corretores, algo que, segundo o vice-presidente, representa o sentimento de pertencimento. “Todo corretor que vai na Porto ganha um crachá da Porto, justamente porque faz parte do nosso time”, disse.

O executivo ressaltou que essa relação de proximidade e colaboração não é limitada a momentos comemorativos, como o Mês do Corretor, mas faz parte da essência da companhia. “A gente tem que realmente colocar todos os nossos esforços para demonstrar esse carinho,

“A gente tem que realmente colocar todos os nossos esforços para demonstrar esse carinho, essa gratidão e esse comprometimento de que o corretor, de fato, é pra sempre, não só no mês do corretor, mas para toda a nossa história passada e daqui para frente”

Luiz Arruda,
Vice-Presidente Comercial, Clientes,
Marketing e Dados da Porto

essa gratidão e esse comprometimento de que o corretor, de fato, é pra sempre, não só no mês do corretor, mas para toda a nossa história passada e daqui para frente”, ponderou.

Compromisso para o futuro

Arruda concluiu sua fala expressando sua confiança na continuidade dessa parceria sólida e na importância de caminhar ao lado dos corretores. “Essa é uma essência intocável dentro da Porto. Então, obrigado, parabéns a todos os corretores e vamos cada vez mais juntos”, contou.

O discurso reflete a estratégia da Porto em valorizar não apenas a expertise dos corretores, mas também o vínculo emocional construído ao longo das décadas. A presença marcante da companhia no Congresso reforça sua postura de liderança e seu compromisso com o desenvolvimento e sucesso desses profissionais, fundamentais para o setor de seguros.

Possibilidades em linhas financeiras

A Diretora Comercial Brasil da Porto, Eva Miguel, destacou o modo como a companhia tem atuado para que o profissional do mercado segurador possa oferecer opções em linhas financeiras para sua carteira de clientes.

“Estamos dando ao corretor a oportunidade de ter produtos financeiros em suas mãos para oferecer aos seus clientes, como consórcio, financiamento, cartão, capitalização e investimentos. Isso dará ao corretor uma amplitude fantástica de oportunidades”, finalizou.



Luiz Arruda,
Vice-Presidente Comercial, Clientes,
Marketing e Dados da Porto



Eva Miguel,
Diretora Comercial Brasil da Porto



Presidente da CNseg apresenta projeções positivas para o mercado de seguros

Por: Redação - Revista Seguro Total

redacao@revistasegurototal.com.br

Dyogo Oliveira, Presidente da Confederação Nacional das Seguradoras (CNseg), fez um balanço durante o Congresso da Fenacor sobre as projeções e ações do Plano de Desenvolvimento do Mercado de Seguros (PDMS), que visa transformar o setor de seguros no Brasil e expandir sua cobertura para um maior número de pessoas. Em sua entrevista, Oliveira detalhou os eixos estratégicos do plano, os avanços feitos até o momento e os objetivos ambiciosos para o futuro do setor.

Plano de Desenvolvimento do Mercado de Seguros (PDMS): projeções e ações estratégicas

O PDMS, que visa ampliar a participação do setor de seguros na economia brasileira, está

estruturado em quatro grandes eixos de ação, cada um com ações específicas para promover o crescimento do mercado. O primeiro eixo é voltado para a comunicação, formação e educação sobre seguros, o segundo foca no desenvolvimento de produtos, o terceiro busca a melhoria dos canais de distribuição e o quarto trata da melhoria regulatória do setor. “Temos 65 ações previstas no PDMS, e a meta é ampliar em 20% a população coberta por seguros até o final do ciclo do plano, além de alcançar 10% do PIB em termos de participação do setor”, explicou Dyogo Oliveira, destacando a ambição do projeto.

Segundo o presidente da CNseg, a avaliação do PDMS no seu primeiro ano foi extremamente positiva. “Cerca de 20% das ações do plano já foram implementadas, e em cada um dos eixos tivemos grandes avanços. Na área de

comunicação, por exemplo, tivemos mais de 10 mil matérias publicadas sobre o setor de seguros no ano passado, e já superamos essa meta novamente neste ano”, afirmou Oliveira.

Desenvolvimento de produtos e avanços regulatórios

Na área de desenvolvimento de produtos, Dyogo Oliveira destacou a aprovação de importantes legislações que beneficiaram o setor, como as relacionadas ao seguro-garantia e ao regime tributário na previdência. Além disso, ele mencionou o impacto da nova legislação no setor de seguros de obras públicas, com o lançamento de uma licitação em Mato Grosso já com base nas novas regras. “Esses avanços têm sido fundamentais para ampliar a oferta e a acessibilidade dos produtos de seguros no Brasil”, mencionou Oliveira.

Outro ponto importante foi a melhoria regulatória, com destaque para a atuação da Superintendência de Seguros Privados (Susep) na revisão de diversas resoluções e legislações que impactam o setor. “Estamos diante da aprovação da lei do contrato de seguro, que trará maior segurança jurídica para as relações contratuais. Também tivemos avanços significativos na Câmara, com a aprovação do projeto de lei das cooperativas e associações de proteção, que reforça a sustentabilidade do setor”, citou o presidente da CNseg.

Distribuição digital e formação de corretores

Dyogo Oliveira também destacou a crescente importância dos canais de distribuição digitais no setor de seguros. “O mercado está investindo fortemente em canais digitais, e as seguradoras têm investido na capacitação dos corretores, preparando-os para trabalhar com essas novas ferramentas e atender de forma mais eficiente aos clientes”, analisou. A digitalização é vista como uma das maiores tendências do mercado, e Oliveira acredita que ela será fundamental para a expansão do setor.

Homenagem aos corretores de seguros

No contexto do congresso, Oliveira não deixou de homenagear os corretores de seguros, lembrando da importância desse profissional para o crescimento do mercado. “O mercado de seguros confia e valoriza enormemente a atuação dos corretores. Eu sempre digo, com muito orgulho, que os corretores brasileiros são os melhores do mundo, porque prestam um traba-



Dyogo Oliveira,
Presidente da CNseg

lho de excelente qualidade tanto para os segurados quanto para as seguradoras”, enfatizou.

Ele também aproveitou a ocasião para desejar um feliz dia do corretor, que foi celebrado no último dia 12 de outubro, destacando a relevância do trabalho desses profissionais para o desenvolvimento do setor. “Fica aqui nosso agradecimento, nosso apoio e o desejo de que o dia dos corretores seja muito feliz. O trabalho que os corretores fazem é fundamental para a saúde do setor de seguros e para a proteção das famílias brasileiras”, disse Oliveira.

Projeções para o futuro: sustentabilidade e expansão

Oliveira também compartilhou suas expectativas para o futuro do mercado de seguros no Brasil, destacando que, além da digitalização e da melhoria dos produtos, a sustentabilidade será um tema central nos próximos anos. “A CNseg e os players do setor têm o compromisso de tornar os seguros mais acessíveis para todos, promovendo a inclusão e garantindo que mais brasileiros possam contar com essa proteção fundamental”, concluiu Oliveira.

Sabemi projeta expansão e crescimento no Congresso da Fenacor

Por: Redação - Revista Seguro Total

redacao@revistasegurototal.com.br

Rodrigo Pecoraro, diretor executivo de seguros da Sabemi, compartilhou com entusiasmo as inovações da companhia e o sucesso de sua plataforma SimpliSeg. Com 51 anos de história, a Sabemi tem se consolidado como um player nacional no mercado de seguros, com uma plataforma digital avançada e um portfólio diversificado de produtos. Em entrevista, Pecoraro falou sobre a importância da parceria com os corretores e os produtos de destaque da seguradora, que têm sido bem recebidos pelo mercado.

Sabemi: tradição e inovação ao longo de 51 Anos

Para Pecoraro, o congresso é uma grande oportunidade para fortalecer o relacionamento com os corretores de seguros, que são peças-chave para o sucesso da Sabemi. “É uma alegria enorme estar aqui no congresso, participando e trazendo a Sabemi, uma companhia com 51 anos de vida e 100% nacional”, afirmou o diretor executivo. O executivo ressaltou o orgulho de estar à frente de uma empresa com uma longa trajetória e com um portfólio que reflete a diversidade e a adaptabilidade às necessidades do mercado brasileiro.

SimpliSeg: uma plataforma moderna para facilitar o trabalho do corretor

Um dos maiores destaques da Sabemi, conforme destacou Pecoraro, é a plataforma SimpliSeg, que tem transformado a maneira como a seguradora interage com os corretores. “A plataforma SimpliSeg facilita a comunicação com o corretor, oferecendo ferramentas para emissão de apólices, boletos, comissões e endossos, tudo de maneira simples e rápida. Nosso objetivo é proporcionar aos corretores uma experiência prática e eficiente, facilitando o processo de emissão de documentos e melhorando a gestão de suas operações”, citou Pecoraro.



A plataforma SimpliSeg tem sido uma grande aliada para os corretores, permitindo um gerenciamento mais ágil e seguro das vendas e da administração das apólices. A seguradora tem investido constantemente em tecnologia para otimizar o trabalho dos corretores e garantir a melhor experiência para os seus clientes.



Rodrigo Pecoraro,
diretor executivo de seguros da Sabemi

Expansão nacional: presença forte em todo o Brasil

Pecoraro também destacou que a Sabemi Seguradora tem atuado em todas as regiões do Brasil, com uma forte presença nas principais capitais do país. “Temos sido muito bem recebidos pelos corretores em todas as regiões. O Brasil é um mercado enorme e diversificado, e estamos orgulhosos de poder contar com uma rede de corretores dedicada, que tem nos ajudado a expandir nossa presença”, comentou o executivo. A Sabemi tem alcançado excelentes resultados com essa rede de distribuição, que tem se mostrado eficaz em conectar a seguradora com os clientes e aumentar a base de segurados.

Destaques no portfólio

Em relação aos produtos da Sabemi, Pecoraro destacou a diversidade e a importância de sua oferta. “Temos mais de 27 produtos aprovados e mais de 100 opções de assistências, todos disponíveis para os corretores”, mencionou. Entre os produtos mais

“Nosso objetivo é proporcionar aos corretores uma experiência prática e eficiente, facilitando o processo de emissão de documentos e melhorando a gestão de suas operações”

Rodrigo Pecoraro,
diretor executivo de seguros da Sabemi

destacados estão o seguro de vida em grupo, o seguro de assistência pessoal e o seguro prestamista de perda de renda, que têm sido especialmente relevantes para os clientes que buscam proteção para suas famílias e estabilidade financeira.

“O seguro de vida em grupo tem sido um dos maiores sucessos da Sabemi. Ele oferece proteção para os colaboradores das empresas, garantindo a segurança financeira das famílias em caso de imprevistos”, explicou Pecoraro. O diretor também mencionou o seguro viagem, que a Sabemi tem integrado à sua plataforma SimpliSeg, proporcionando mais comodidade e agilidade no processo de contratação e gestão.

Parceria e crescimento junto ao corretor

Ao final da entrevista, Pecoraro fez questão de deixar uma mensagem para os corretores de seguros, destacando a importância dessa parceria estratégica. “Queremos que os corretores considerem a Sabemi como mais um player importante no mercado. Nossa missão é oferecer soluções completas, com produtos variados e uma plataforma eficiente que facilite o trabalho do corretor”, disse.

Rodrigo Pecoraro também enfatizou o compromisso da Sabemi em apoiar os corretores em sua jornada de crescimento e sucesso. “Acreditamos no trabalho dos corretores e estamos ao lado deles para garantir que tenham todas as ferramentas necessárias para crescer e expandir seus negócios. Vamos seguir juntos, crescendo e oferecendo soluções para os clientes que mais necessitam de proteção”, concluiu.

Seguros Unimed apresenta benefícios para corretores de seguros

Por: Redação - Revista Seguro Total
redacao@revistasegurototal.com.br

A Seguros Unimed trouxe ao Congresso da Fenacor diversas novidades e inovações para o setor, destacando seus esforços em ampliar a oferta de produtos e fortalecer o relacionamento com os corretores. Durante a participação no evento, Paulo Rangel, Gerente Regional, e Gisele Bavaresco, Gerente Territorial, compartilharam as novidades da companhia, os produtos de destaque e as campanhas especialmente voltadas para os corretores de seguros.

Inovações para facilitar o trabalho do corretor

Paulo Rangel, Gerente Regional da Seguros Unimed, destacou a parceria com os corretores e a participação da seguradora no congresso. “Estamos muito felizes em participar do Congresso dos Corretores de Seguros, trazendo não apenas novidades em nosso portfólio, mas também soluções tecnológicas que visam facilitar o trabalho do corretor”, afirmou Rangel.

O executivo mencionou que, com o avanço da tecnologia, a Seguros Unimed tem se empenhado em oferecer sistemas ágeis que proporcionam mais rapidez e segurança no processo de cotação e venda, permitindo que os corretores atendam seus clientes de forma mais eficiente. “Hoje, os corretores podem fazer suas cotações e proteger seus clientes de maneira mais rápida e segura, independentemente da região em que estejam. A agilidade é crucial no nosso mercado”, completou Rangel.

Portfólio diversificado

A Seguros Unimed tem se destacado pela variedade de produtos que oferece aos corre-



Paulo Rangel,
Gerente Regional da Seguros Unimed

tores, com um portfólio abrangente que atende desde as necessidades de seguros de vida até soluções mais específicas para profissionais da saúde. Gisele Bavaresco, Gerente Territorial da Seguros Unimed, compartilhou detalhes sobre os produtos que mais têm se destacado no Rio Grande do Sul, região onde a companhia possui forte presença.

“Nosso produto de vida com perda de renda tem sido um grande sucesso. Ele protege a vida do segurado e de sua família, garantindo também que, em caso de acidente ou doença, o cliente não perca sua renda e não compro-

meta o orçamento familiar. Esse produto tem sido um verdadeiro diferencial no mercado”, disse Gisele.

Outro produto que tem conquistado os profissionais de saúde no Rio Grande do Sul é o seguro de Responsabilidade Civil Profissional (RC Profissional), especialmente voltado para médicos e outros profissionais da área da saúde. “Este produto tem uma adesão muito boa, pois protege o patrimônio dos profissionais da saúde contra possíveis demandas judiciais. Ele é essencial para garantir a segurança e a tranquilidade desses profissionais”, completou a gerente.

Campanhas e benefícios para corretores

Durante o congresso, a Seguros Unimed também anunciou campanhas especiais para os corretores de seguros, com foco em aumentar as vendas e fortalecer as parcerias. Paulo Rangel destacou uma ação importante para o mês do corretor: “Estamos oferecendo uma promoção de 50% a mais de agenciamento no seguro de vida, além de dividir em até 10 vezes sem juros o pagamento de seguros de responsabilidade civil e residencial”, explicou.

Essa estratégia é um reflexo do esforço da companhia para incentivar os corretores a diversificarem sua carteira de produtos e a aumentar sua base de clientes. Gisele Bavaresco também enfatizou as campanhas de incentivo, reforçando o compromisso da Seguros Unimed com os corretores e a importância dessa parceria. “Além de nossos produtos



Gisele Bavaresco,
Gerente Territorial da Seguros Unimed

de vida, também oferecemos seguros residenciais, empresariais, previdência privada, VGBL, PGBL e muitas outras soluções que os corretores podem oferecer aos seus clientes. Estamos constantemente trabalhando para criar condições favoráveis para nossos parceiros”, acrescentou Gisele.

Corretor como peça chave

Para a Seguros Unimed, o corretor de seguros é uma peça chave para o crescimento da empresa e a expansão de suas soluções no mercado. “O corretor de seguros é o nosso principal parceiro. Eles são essenciais para que possamos levar nossos produtos de proteção e segurança aos brasileiros. Por isso, estamos sempre atentos às suas necessidades e prontos para oferecer todo o apoio possível”, citou Paulo Rangel.

Gisele Bavaresco complementou, destacando que o congresso é um momento importante para estreitar ainda mais os laços com os corretores. “Estar aqui, ao lado dos nossos corretores, é sempre muito positivo. Este é o momento de fortalecer nossa parceria e compartilhar com eles as oportunidades que a Seguros Unimed oferece. Juntos, vamos continuar crescendo e levando soluções de qualidade para o mercado”, finalizou Gisele.

“Além de nossos produtos de vida, também oferecemos seguros residenciais, empresariais, previdência privada, VGBL, PGBL e muitas outras soluções que os corretores podem oferecer aos seus clientes”

Gisele Bavaresco,
Gerente Territorial da Seguros Unimed



Susep prepara o mercado segurador para o futuro

Por: Redação - Revista Seguro Total
redacao@revistasegurototal.com.br

No 23º Congresso Brasileiro dos Corretores de Seguros, Alessandro Octaviani, Superintendente da Superintendência de Seguros Privados (Susep), compartilhou sua visão sobre o futuro do mercado de seguros no Brasil e os próximos passos para modernizar o setor. Em sua entrevista, Octaviani detalhou as principais mudanças legislativas que estão em andamento, como a Lei do Contrato de Seguro e a regulamentação das cooperativas e associações, além de destacar as grandes oportunidades trazidas pela digitalização e inovação do mercado.

Mudanças legislativas: base para o futuro do mercado

Alessandro Octaviani apontou que o mercado de seguros no Brasil, que já representa entre 17% e 20% do PIB com provisão técnica, precisa se preparar para o futuro, e as mudanças legislativas são um dos pilares dessa preparação. “O mercado de seguros no Brasil é extremamente relevante e precisa ser ajustado para os desafios do futuro. O Congresso Nacional está debatendo duas leis fundamentais para a

transformação do setor”, afirmou Octaviani.

A primeira dessas leis, que ele destacou, visa permitir a entrada de novos ofertantes no mercado de seguros, incluindo cooperativas e associações repaginadas como administradoras de patrimônio. “Esse é um choque de concorrência e inovação para o setor. Vamos regularizar atividades que, hoje, estão à margem da legislação, o que irá permitir uma maior diversificação e competição no mercado”, explicou o Superintendente da Susep.

A segunda grande mudança é a aprovação da Lei do Contrato de Seguro, que, segundo Octaviani, garante a qualidade do que os consumidores estão comprando. “É preciso garantir que o que o segurado compra seja realmente adequado às suas necessidades. A Lei do Contrato de Seguro será crucial para estruturar uma relação mais transparente entre as seguradoras e os clientes”, disse.

Impacto da regulação das associações e cooperativas

Octaviani também destacou a relevância das mudanças nas associações de operações

“A inovação digital vai além do seguro cibernético; ela engloba uma série de novos produtos e coberturas que precisam ser pensados em conjunto com as seguradoras e o mercado em geral”

Alessandro Octaviani,
Superintendente da Susep



de seguro, especialmente no que diz respeito à proteção patrimonial para automóveis. Ele acredita que, uma vez regulamentada, essa prática poderá aumentar substancialmente a penetração do seguro automóvel no Brasil. “Hoje, a proteção patrimonial ao automóvel já existe, mas não está dentro do mercado regulado. Quando essa atividade passar a ser supervisionada pela Susep, poderemos dizer que a penetração do seguro automóvel ultrapassou os 30% de cobertura, que é uma marca histórica”, complementou.

O Superintendente da Susep acrescentou que a transformação das quase 3.000 associações em administradoras de patrimônio será uma revolução no mercado. “Queremos que essas associações se tornem empresas pujantes, inovadoras e capazes de efetiva concorrência. Com isso, o mercado ganhará em competitividade, e o seguro automóvel poderá se expandir para muitas outras partes do país”, disse Octaviani, destacando que a política nacional de seguros está direcionada para essa transformação.

Inovação digital e oportunidades no mercado de seguros cibernéticos

Outro ponto destacado por Octaviani foi a importância da inovação digital e o impacto crescente da economia digital no mercado de seguros. A Susep criou um grupo de trabalho focado em mercados de seguro, previdência e cibersegurança, além de estudar novas possibilidades de produtos para a economia digital.

“A economia está se digitalizando e se tokenizando, e o mercado de seguros precisa acompanhar essas mudanças. Temos uma grande

oportunidade de oferecer garantias patrimoniais para novos tipos de riscos, como os associados à economia digital. Esse é um campo imenso de oportunidades para o setor de seguros”, mencionou Octaviani, destacando que a regulação e a inovação são essenciais para acompanhar o ritmo das mudanças tecnológicas.

Alessandro Octaviani também mencionou que o grupo de trabalho da Susep está atuando para explorar as necessidades do mercado digital, além de focar no crescimento da área de seguro cyber, que tem se mostrado cada vez mais importante à medida que as empresas e consumidores enfrentam novos desafios no mundo digital. “A inovação digital vai além do seguro cibernético; ela engloba uma série de novos produtos e coberturas que precisam ser pensados em conjunto com as seguradoras e o mercado em geral”, acrescentou Octaviani.

Maior inclusão e competitividade

Com as mudanças legislativas em andamento e o foco na digitalização, Octaviani vê um futuro promissor para o mercado de seguros no Brasil. A introdução de novos players e a regulamentação das operações de seguro, juntamente com a criação de produtos inovadores, devem abrir novas oportunidades para corretores, seguradoras e consumidores.

“A digitalização, a regulação das cooperativas e a criação de novos produtos são as bases do futuro do mercado de seguros. Com isso, esperamos aumentar a cobertura de seguros no Brasil, expandir a competição e garantir que o setor seja mais eficiente e acessível para todos”, finalizou Octaviani.



Tokio Marine apresenta novidades e valoriza relacionamento com os corretores de seguros

Por: Redação - Revista Seguro Total
redacao@revistasegurototal.com.br

Durante o 23º Congresso Brasileiro dos Corretores de Seguros, promovido pela Federação Nacional dos Corretores de Seguros (Fenacor), a Tokio Marine Seguradora se destacou com importantes novidades para o mercado e, principalmente, com o reforço de sua parceria estratégica com os corretores. Marcos Kobayashi, Diretor Comercial Nacional Varejo e Vida da Tokio Marine, aproveitou a oportunidade para detalhar as inovações da empresa, as ações planejadas para 2025 e a importância do corretor como um agente transformador no setor de seguros.

**Estreitamento de laços
com corretores e assessorias**

Kobayashi abriu a conversa destacando a importância do Congresso da Fenacor para a troca de experiências e o estreitamento de laços com os corretores e assessorias. “É um prazer

“Nosso objetivo é dar mais agilidade aos corretores para que possam se concentrar no que realmente importa: o atendimento de qualidade ao cliente”em geral”

Marcos Kobayashi,
 Diretor Comercial Nacional Varejo
 e Vida da Tokio Marine

enorme receber os corretores aqui, um espaço maravilhoso para interagir, trocar ideias e celebrar as conquistas de 2024”, afirmou o diretor. Ele ressaltou que a Tokio Marine não apenas reconhece a relevância do evento para o setor, mas também usa essa plataforma para apresentar suas novidades e inovações para o próximo ano.

Plataforma Broker Tech e novos produtos

A Tokio Marine Seguradora segue investindo fortemente em tecnologia para facilitar o trabalho dos corretores. Kobayashi destacou a plataforma Broker Tech, que oferece mais de 20 soluções para aumentar a produtividade dos corretores e facilitar o seu dia a dia. “Nosso objetivo é dar mais agilidade aos corretores para que possam se concentrar no que realmente importa: o atendimento de qualidade ao cliente”, explicou o executivo.

A inovação não fica restrita às ferramentas tecnológicas, pois a Tokio Marine também apresentou novos produtos. Um dos destaques foi o lançamento do Seguro Funeral Mais, que chegou ao mercado recentemente, oferecendo aos clientes uma proteção adicional em um momento delicado. “Esse é apenas um exemplo das novidades que estamos trazendo. Além disso, temos uma linha de atendimento voltada para o seguro garantia e uma área de seguros empresariais que está sendo reforçada”, comentou Kobayashi.

Visão para o futuro: produtos e ações comerciais

Para 2025, Kobayashi adiantou que a Tokio Marine irá lançar campanhas e reformular alguns de seus produtos e cotadores, reforçando o compromisso da seguradora com a inovação e a adaptação às necessidades do mercado.



Marcos Kobayashi,
Diretor Comercial Nacional Varejo
e Vida da Tokio Marine

“Temos muita coisa preparada para o próximo ano, com campanhas e ações comerciais voltadas para o crescimento e fortalecimento da relação com os corretores”, sinalizou o diretor. Ele também falou sobre a reformulação de produtos e cotadores, algo essencial para manter a competitividade e facilitar a vida dos corretores.

Corretor de seguros: agente de transformação e conscientização

Kobayashi aproveitou a ocasião para fazer uma homenagem especial aos corretores. “O corretor de seguros é o grande agente de transformação. Ele é responsável por conectar seguradoras, prestadores de serviços e, principalmente, os clientes. Eles desempenham um papel crucial na conscientização sobre a importância do seguro no Brasil”, mencionou, reconhecendo o papel fundamental desses profissionais na expansão da cultura de seguros no país.

Ele também reforçou que os corretores são os responsáveis por levar a proteção para as famílias brasileiras, seja no aspecto pessoal, patrimonial ou financeiro. “O corretor de seguros é o principal distribuidor dessa proteção. Ele é um profissional essencial para o nosso mercado”,



Zurich no Brasil: conexões, sustentabilidade e proximidade com o corretor

Por: Redação - Revista Seguro Total
redacao@revistasegurototal.com.br

O 23º Congresso Brasileiro dos Corretores de Seguros, realizado em outubro de 2024, reuniu grandes nomes do setor, e a Zurich, uma das principais seguradoras globais, marcou presença com um discurso focado em inovação, sustentabilidade e, acima de tudo, no fortalecimento do relacionamento com os corretores. Marcio Benevides, Vice-Presidente Comercial da Zurich no Brasil, foi um dos executivos que compartilhou sua visão estratégica para o futuro da empresa e o papel crucial dos corretores no crescimento do setor.

Relacionamento como pilar do sucesso

Durante sua participação no congresso, Benevides destacou a importância das conexões humanas no contexto dos negócios. Para ele, antes de qualquer conversa sobre produtos, é essencial construir um relacionamento sólido e

“Nós acreditamos que a proximidade com o corretor é o que faz a diferença. Por isso, desde 2022, estamos focados em uma expansão estratégica, com o objetivo de estar cada vez mais próximos dos nossos parceiros”



“Entendemos que, para construir uma operação mais eficiente, precisamos ouvir as dores dos corretores e estar ao lado deles em todo momento. A Zurich se compromete a ser essa parceira”

Marcio Benevides,
Vice-Presidente Comercial da Zurich no Brasil

de confiança com os corretores. “A nossa ambição aqui no congresso é construir aquilo que acreditamos ser o verdadeiro diferencial: relacionamento. Acreditamos que a chave para o sucesso está nas conexões entre as pessoas, para que, juntos, possamos construir uma história de sucesso”, afirmou Benevides.

Benevides explicou que, embora a Zurich esteja cada vez mais especializada em produtos com foco em sustentabilidade, a proximidade com o corretor continua a ser o aspecto central de sua estratégia. “Nosso foco em sustentabilidade está presente desde os produtos

voltados para veículos elétricos até seguros residenciais com coberturas específicas para placas solares. Mas não podemos esquecer que, para nós, o relacionamento com os corretores é o que dá base para toda a operação”, completou o executivo.

Sustentabilidade e inovação: compromisso com o futuro

A Zurich tem investido fortemente em produtos que não só atendem às necessidades de seus clientes, mas também promovem a sus-





tentabilidade. Marcio Benevides explicou como a empresa tem integrado questões ambientais em suas ofertas: “A preocupação com o planeta e com as futuras gerações está no centro de nossas iniciativas. A Zurich desenvolveu produtos, como o seguro de automóvel focado nos carros elétricos e seguros residenciais que cobrem placas solares, tudo com a intenção de contribuir para um futuro melhor para o planeta”.

O executivo também compartilhou um exemplo prático de como a Zurich se preocupa com a sustentabilidade em suas operações. “Quando falamos de sustentabilidade, não estamos apenas nos referindo aos produtos, mas também às ações cotidianas. Por exemplo, quando um cliente tem uma geladeira velha, não basta simplesmente descartá-la. Na Zurich, nós sabemos exatamente o que fazer: o cliente pode acionar nossa assistência para que a geladeira seja retirada corretamente e as peças sejam reaproveitadas para alimentar a cadeia produtiva”, explicou Benevides. Para ele, essa abordagem é uma das formas de mostrar como a empresa está comprometida com o planeta e com práticas responsáveis.

Proximidade com os corretores: base do crescimento

Benevides também ressaltou a importância de estar presente onde os corretores estão, buscando entender suas necessidades e desafios. “Nós acreditamos que a proximidade com

o corretor é o que faz a diferença. Por isso, desde 2022, estamos focados em uma expansão estratégica, com o objetivo de estar cada vez mais próximos dos nossos parceiros”, afirmou. O executivo reconhece que, além de uma operação eficiente e produtos inovadores, é o relacionamento próximo que garante o sucesso de ambas as partes. “Entendemos que, para construir uma operação mais eficiente, precisamos ouvir as dores dos corretores e estar ao lado deles em todo momento. A Zurich se compromete a ser essa parceira”, destacou Benevides.

Novidades em produtos e estratégias para 2025

O Vice-Presidente Comercial da Zurich também adiantou algumas das novidades que a companhia está preparando para 2025, mas preferiu manter em sigilo detalhes específicos. “Podemos esperar novidades em produtos, principalmente na área de vida, melhorias no ramo automotivo e um foco estratégico em negócios residenciais. A Zurich está trabalhando para ser cada vez mais relevante no mercado de varejo, o que é algo que também se alinha com as ambições dos corretores”, disse Benevides. O Vice-Presidente Comercial também fez um convite direto aos corretores: “Nós acreditamos no corretor como o canal mais relevante de distribuição de seguros no Brasil. Por isso, convidamos todos a experimentar a Zurich, a ser nosso parceiro e crescer junto conosco”.



VOCÊ AINDA NÃO COMEÇOU SUA PARCERIA COM A MAIOR SEGURADORA DE MOTOS DO BRASIL?

Cadastre-se agora mesmo na SUHAI!

Corretor(a), agora você tem uma **grande aliada para aumentar seu potencial de negócios**. Ter a **Suhai**, no seu portfólio, é sinônimo de aceitação.

A **Suhai** aceita carros, motos e caminhões, sejam eles clássicos, tunados, motos de baixa, média ou alta cilindradas e muito mais.

Trabalhe com a seguradora que aceita quem as outras não aceitam! Vem pra Suhai, a seguradora do SIM.

VEM COM A SUHAI.



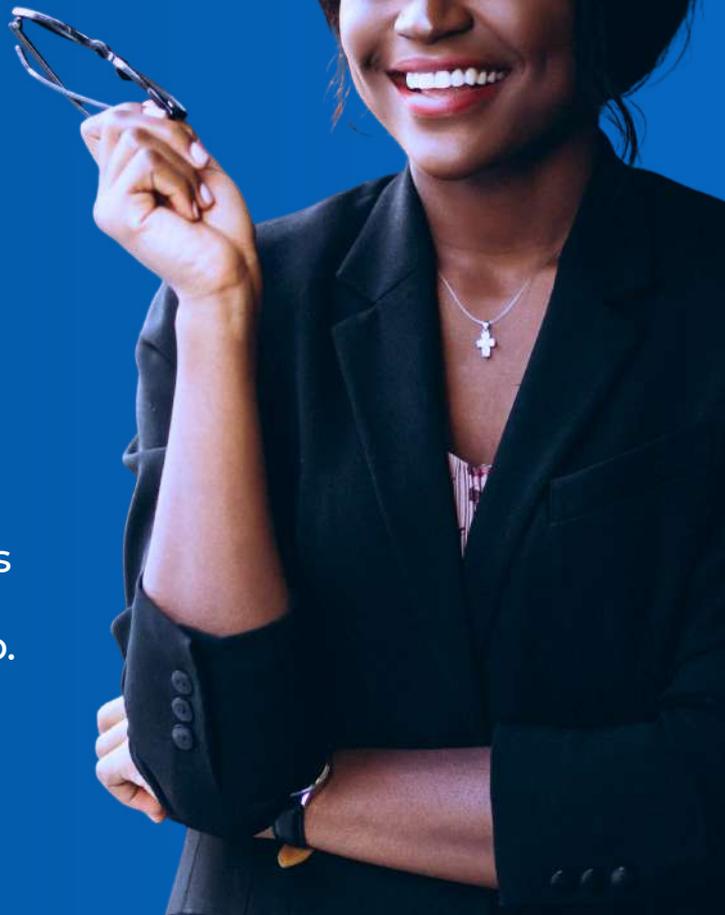
SUHAI
SEGURADORA

Você bem-vindo, seu bem seguro.

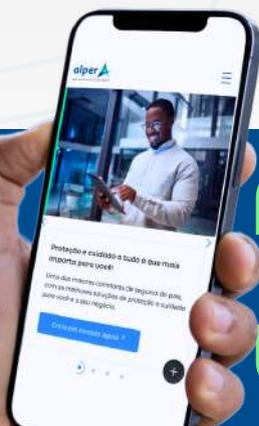
O poder do **resseguro!**

Para enfrentar desafios e riscos complexos com confiança, é **essencial contar com uma equipe especializada e uma operação ágil e eficaz.**

A Alper Re, divisão de resseguros da Alper, oferece soluções personalizadas para riscos facultativos, facilities e contratos automáticos de qualquer tamanho. Com nossa expertise, **garantimos as melhores opções e o suporte necessário para que você se destaque no mercado.**



Transforme **oportunidades** em **resultados excepcionais** com a **Alper Re**. Descubra nossa diferença e eleve seus negócios a um novo patamar.



LEIA O QR CODE
E **SAIBA MAIS**

Se é **seguro**, é **alper** 
alta performance em seguros

