

revista

INSURANCECORP

ano V – edição 23 – mar/abril 2019 – R\$ 25,00

insurancecorp.com.br

INSURANCE CORP • Ano V • Edição 23

REVISTA ESPECIALIZADA EM GESTÃO DE RISCOS

insurancecorp.com.br



Aposta nos mercados emergentes

SWISS RE INVESTE EM REGIÕES DE POTENCIAL

Bets on emerging markets

SWISS RE INVESTS IN POTENTIAL REGIONS

Mathias Jungen, CEO da Swiss Re Brasil e Cone Sul, e Moses Ojeisekhoba, CEO Reinsurance Swiss Re

8º Encontro de Resseguro do Rio de Janeiro aponta desafios do setor
8th Reinsurance meeting in Rio de Janeiro indicate industry's challenges

O PRA SUPER CAMPEÕES
2019 JÁ COMEÇOU.
**CONSTRUA O
SEU CASTELO
DE VENDAS!**

**PRAGA
E VIENA
PRA JÁ!**

Mostre que você tá com tudo pra ganhar cada vez mais!



Uma viagem para Praga e Viena e para um resort paradisíaco, 6 carros 0 Km e muitos prêmios esperam por vocês.

Acesse pracorretor.com.br e boas vendas!



PRA Corretor
Programa de Reconhecimento ao Corretor



MENSAGEM AO MERCADO

MESSAGE FOR THE MARKET

EVENTOS REAFIRMAM IMPORTÂNCIA DO SETOR

O 8º Encontro de Resseguro do Rio de Janeiro, que faz parte da agenda internacional do setor realizado em abril, abordou assuntos de extrema relevância, onde vários temas foram debatidos e analisados por especialistas.

“O resseguro certamente terá papel importante para a sustentação do mercado segurador em novo ciclo de progresso”. A afirmação do presidente da Confederação Nacional das Seguradoras (CNseg), Márcio Coriolano, durante o encontro, traduziu com fidelidade a expectativa dos *players* quanto ao cenário desenhado pelo presidente Paulo Pereira da Federação Nacional das Empresas de Resseguros (Fenaber).

O 3º Encontro de Comunicação da Saúde Suplementar, evento realizado pela FenaSaúde em São Paulo, debateu aspectos voltados à Atenção Primária à Saúde (APS), oferecendo rica e proveitosa visão desta questão.

O Sincor-MG realizou o 1º Congrecor – Congresso Regional dos Corretores em Uberlândia (MG), com grande adesão de seguradoras e corretores. Foram abordados temas de grande relevância para o mercado.

A terceira edição da Insurtech Brasil 2019, realizada dia 25 de abril em São Paulo, idealizada por José Prado e organizado pela Conexão Fintech, reuniu startups nacionais e internacionais que desenvolvem projetos para o mercado de seguros, seguradoras e investidores, para debater o futuro tecnológico voltado ao setor.

Como matéria de capa, a revista **Insurance Corp** apresenta uma entrevista exclusiva com o presidente global e do Brasil, da Swiss Re Resseguradora, trazendo uma visão clara e ampla das atividades e perspectivas da indústria do resseguro.

Destaque para o evento, “11 anos da abertura do resseguro” promovido pela Associação das Mulheres do Mercado de Seguros (AMMS) em São Paulo, presidido por Margo Black.

Boa leitura!

EVENTS REASSERT SECTOR'S IMPORTANCE

The 8th Rio de Janeiro Reinsurance Meeting, which is part of the international agenda of the sector held in April, addressed issues of extreme relevance, where several issues were debated and analyzed by specialists.

"Reinsurance will certainly play an important role in sustaining the insurance market in a new cycle of progress." The statement by Márcio Coriolano, president of the National Confederation of Insurance Companies (CNseg), faithfully translated the players' expectations into the scenario designed by President Paulo Pereira of the National Federation of Reinsurance Companies (Fenaber). The 3rd Meeting of Communication on Supplementary Health, an event held by FenaSaúde in São Paulo, discussed aspects related to Primary Health Care (PHC), offering a rich and useful view of this issue.

Sincor-MG performs the 1st Congrecor – Regional Brokers Congress in Uberlândia (MG), with a grate adhesion of insurers and brokers. Were addressed relevant topics to the segment.

The third edition of Insurtech Brasil 2019, held on April 25 in São Paulo, conceived by José Prado and organized by Conextech Fintech, brought together national and international startups who develop projects for the insurance, insurance and investor markets to discuss the technological future focused on the sector.

As cover story, **Insurance Corp** magazine presents an exclusive interview with Swiss Re's global and Brazilian president, Reinsurance, bringing a clear and broad view of the reinsurance industry's activities and perspectives.

The event, "11 years of reinsurance opening" promoted by the Association of Women in the Insurance Market (AMMS) in São Paulo, chaired by Margo Black.

Good reading!

André Pena
Publisher

6 8º Encontro de Resseguro / 8th Reinsurance Meeting

Desafios e janela de oportunidades
Challenges and opportunities window

14 Diálogo / Dialogue

O que esperar do mercado de D&O?
What to expect from the D&O market?

16 Saúde Suplementar / Supplementary Health

FenaSaúde promove 3º Encontro de Comunicação
FenaSaúde promotes 3rd Communication Meeting

18 Capa / Cover

A chave para o resseguro é liberar o seu potencial
The key for reinsurance is release your potential

24 Posse / Posse

Prioridade é valorizar a categoria
Priority is to value professionals

26 1º Congrecor / 1st Congrecor

Unidos contra um concorrente desleal
United against an unfair competitor

32 Tecnologia / Technology

Insurtech Brasil 2019 discute inovação no setor
Insurtech Brasil 2019 discusses innovation in the sector

34 Celebração / Celebration

Dia do Ouvidor e Dia Internacional do Consumidor
Ombudsman Day and International Consumer Day

35 Eleição / Election

Camaracor elege nova diretoria
Camaracor elects new board of directors

36 Entidades / Entities

38 Em Tempo / In Time

INSURANCE CORP

Ano V - Edição 23 - março/abril 2019

Missão:

Atender as necessidades de forma clara e objetiva, dos profissionais que militam em suas respectivas áreas de atuação.

Visão:

Ser reconhecida como uma referência no mercado de seguros e resseguro por meio do conteúdo das publicações, para os profissionais comprometidos com suas atividades.

Publisher:

André Pena
andre.pena@insurancecorp.com.br

Diretor de Marketing:

Enrique Pena
enrique.pena@insurancecorp.com.br

Diretor de Novos Projetos:

Sergio Martins
sergio.martins@insurancecorp.com.br

Repórter:

Priscila Palacio
MTB: 77.117 SP
redacao@insurancecorp.com.br

Colaboradores:

Calos Pacheco
Valéria Vilela

Tradução:

Edson Lemos
edsonlemos@live.com

Diagramação e Arte Final:

Rodrigo Almeida
rodrigo2008ca@gmail.com

Conselho Editorial:

Acacio Rosa de Queiroz Filho, Angélica Luciá Carlini, Carlos Alberto Protasio, Jabor Descio Sobrinho, Marcos Lúcio de Moura e Souza, Mauro Cesar Batista, Paulo dos Santos, Paulo Cesar Pereira Reis.

Mídias Sociais:

 insurancecorp.com.br

 /revista-insurance-corp

 /InsuranceCorp

 @InsuranceCorp

Tiragem: 5 mil exemplares

Circulação: Nacional e Internacional

Periodicidade: Bimestral

INSURANCE CORP - Marca Registrada/INPI

Publicação de:

Editora Incremento Ltda.

Rua Maestro Callia, 290
Vila Mariana - São Paulo - SP
CEP: 04012-100

Telefone: (11) 3884-0905

E-mail: redacao@insurancecorp.com.br

O conteúdo desta edição não representa necessariamente a opinião do veículo.

Campanha



**FOCO
FORÇA
FATOR**

fator 



VENDA COM A GENTE E GANHE SEMPRE MAIS

A NOVA CAMPANHA DA FATOR COMEÇOU EM ABRIL E AGORA VOCÊ JÁ PODE RESGATAR SEUS PONTOS!

- Realize suas vendas do **Seguro Responsabilidade Civil Profissional E&O** via **Portal do Corretor: www.fatorseguradora.com.br**.
- Acumule pontos e troque-os por **PRÊMIOS EXCLUSIVOS**.
- Todas as suas vendas com prêmios pagos **garantem 4% do valor revertidos em pontos***.

COMO FUNCIONA?

Valor do prêmio da apólice emitida e quitada = **R\$ 1.000,00**

Valor revertido em pontos: R\$ 40,00 = **40 pontos**

E NÃO SE ESQUEÇA!

Corretor cadastrado na **Fator** realiza a sua adesão no site da campanha: **www.focoforçafator.com.br**. Já os corretores não cadastrados podem acessar: **www.fatorseguradora.com.br**, escolher a opção "PORTAL DO CORRETOR" e, em seguida, a opção "CADASTRAR CORRETORA". A partir daí, basta seguir o passo a passo apresentado pelo sistema.

PARTICIPE, RESGATE SEUS PONTOS E GARANTA MUITOS PRÊMIOS!

Campanha válida de 01/04/2019 a 01/04/2020.

*Nos casos em que o prêmio não for pago à vista, os respectivos pontos serão liberados conforme o pagamento das parcelas. Os pontos são liberados em até 30 dias após a confirmação do pagamento do prêmio. Confira todas as condições de participação e o regulamento completo no site da campanha.

fator 

fator seguradora

Desafios e janela de oportunidades

Challenges and opportunities window

Encontro de Resseguro descortinou avanço do setor que atende à demanda do cenário econômico brasileiro
Reinsurance Meeting revealed sector's advance that answer the demand of the brazilian economic scenario



Líderes do setor de seguros, resseguro e autoridades prestigiaram o 8º Encontro de Resseguro do Rio de Janeiro
Insurance, reinsurance industry leaders and authorities honored the 8th Rio de Janeiro Reinsurance Meeting

“O resseguro certamente terá papel importante para a sustentação do mercado segurador em novo ciclo de progresso”. A afirmação do presidente da Confederação Nacional das Seguradoras (CNseg), Márcio Coriolano, durante o 8º Encontro de Resseguro do Rio de Janeiro, traduziu com fidelidade a expectativa dos players quanto ao cenário desenhado pelo presidente da Federação Nacional das Empresas de Resseguros (Fenaber), Paulo Pereira. O encontro aconteceu nos dias 8 e 9 de abril no Rio de Janeiro e reuniu mais de 700 profissionais que atuam no segmento.

Pereira abriu oficialmente o evento com presenças ilustres como, além de Coriolano, dos presidentes Antonio Trindade (Federação Nacional de Seguros Gerais – FenSeg), Robert Bittar (Escola Nacional de Seguros), Roberto da Rocha Azevedo (Associação Brasileira das Empresas de Corretagem de Resseguros – Abecor), do presidente substituto da Agência Nacional de Saúde Suplementar (ANS), Leandro Fonseca, e de Caio Megale, secretário de Desenvolvimento da Indústria, Comércio, Serviço e Inovação do Ministério da Economia.

O presidente da Fenaber destacou algumas conquistas recentes do setor de resseguro, como a obtenção de assento

“Reinsurance will certainly play an important role in sustaining the insurance market in a new cycle of progress.” The statement by the president of the National Confederation of Insurers (CNseg), Márcio Coriolano, during the 8th Rio de Janeiro Reinsurance Meeting, faithfully translated the expectations of the players regarding the scenario designed by the president of the National Federation of Reinsurance Companies (Fenaber), Paulo Pereira. The meeting took place on April 8 and 9 in Rio de Janeiro and brought together more than 700 professionals working in the segment.

Pereira officially opened the event with distinguished members such as Coriolano, presidents Antonio Trindade (National Insurance Federation - FenSeg), Robert Bittar (National Insurance School), Roberto da Rocha Azevedo (Brazilian Association of Reinsurance Brokerage Firms - Abecor), the substitute president of the National Supplementary Health Agency (ANS), Leandro Fonseca, and Caio Megale, secretary of Development of Industry, Commerce, Service and Innovation of the Ministry of Economy.

The president of Fenaber highlighted some recent achievements of the reinsurance sector, such as obtaining a

no Conselho Nacional de Seguros Privados (CNSP) e a reversão do entendimento da Receita Federal sobre impostos das resseguradoras admitidas. Na ocasião, Pereira comentou sobre a transformação do mercado nacional, com a entrada das maiores resseguradoras do mundo. "Temos hoje 123 de empresas registradas para operar no país e não falta capacidade para atender à demanda do mercado brasileiro", garantiu.

Coriolano, por sua vez, lembrou também da pujança das seguradoras, com ênfase no crescimento da arrecadação das companhias em 2018, que atingiu R\$ 460 bilhões, o forte ajuste da eficiência operacional das regras de aceitação de riscos, a revisão tarifária observada, o elevado padrão de governança, o redirecionamento de linhas de negócios e a adoção acelerada de processos de inovação.

Já Trindade, da FenSeg, falou sobre o desenvolvimento do mercado de resseguro ocorrido após a sua abertura e privatização do IRB, lembrando que há espaços a serem ocupados, sobretudo nas áreas agrícolas e de infraestrutura. O setor de saúde suplementar foi tema do pronunciamento de Fonseca, da ANS, que abordou o aspecto social do setor e seu dinamismo econômico. Segundo ele, um dos maiores desafios dos players é o financiamento dos serviços, "diante da escalada de preços que ocorre no Brasil e no mundo".

O secretário Megale teceu comentários sobre o cenário econômico brasileiro, convocando a indústria de seguros a apoiar a agenda de desburocratização e de melhoria do ambiente de negócios para o país retomar o crescimento. "Cabe a nós a articulação para que essa agenda funcione e não apenas no Ministério da Economia, mas também nas agências reguladoras de uma forma geral, nos ministérios e até no STF", opinou. Para ele, o país precisa de ações estruturais mais consistentes como forma de solucionar entraves fiscais e ligadas à desburocratização.

Cidades inteligentes e clima

De que forma o mercado de seguros será impactado pela transformação cada vez mais veloz de metrópoles em cidades inteligentes? Essa foi a questão central de um painel que reuniu o smart city expert da SmartUp Consulting Firm, Renato de Castro, o gerente sênior de Relações Institucionais e Sustentabilidade da Bradesco Seguros, Ivani Benazzi de Andrade, o chefe-executivo de Resiliência e Operações do Centro de Operações do Rio (Cor), Alexandre



Smart cities and climate

How will the insurance market be impacted by the ever-faster transformation of metropolises into smart cities? This was the central issue of a panel that brought together the smart city expert of SmartUp Consulting Firm, Renato de Castro, Bradesco Seguros senior manager of Institutional Relations and Sustainability, Ivani Benazzi de Andrade, the chief executive of Resilience and Operations of the Center of Operations of Rio (Cor), Alexandre Cardeman,



Cardeman, e o CEO da VM9, Marcos Marconi. Castro ressaltou o significado do termo smart cities, ou seja, “lugares onde tudo parece conspirar para fazer a vida das pessoas melhor”, definiu. Segundo ele, as atuais parcerias público-privadas vão ganhar mais um ‘p’. “Teremos quatro ‘pês’, que seriam as parcerias público, privada e de pessoas”.

Marconi dissertou sobre o projeto da startup VM9, a plataforma Smart Data Wien. “O projeto é uma aplicação do conceito de “data laje”. Trata-se de espécie de banco de dados que aglutina diversos tipos de serviços, com dados multidisciplinares. “Esse é ideal para os cidadãos”, justificou. Na visão de Benazzi, o setor de seguros é um “parceiro irremediável e protagonista” no processo de desenvolvimento de smart cities. “O conceito de sustentabilidade de uma cidade inteligente virá por meio da mudança de mentalidade das pessoas e também através de parcerias”, complementou.

Os eventos catastróficos também foram debatidos em painel específico, com a abertura de Rubem Hofliger, diretor de soluções públicas da Swiss Re para a América Latina. Hofliger advertiu sobre seguros que não acompanham o crescimento dos ativos públicos. Somente quando acontece uma catástrofe, percebe-se o volume das perdas seguradas. “Há brechas cada vez maiores. A responsabilidade acaba recaindo sobre os governos, que não incorporam a cultura securitária em suas políticas públicas”, alertou.

A chefe de distribuição e líder de paramétrico da AXA XL, Stéphane Godier, por sua vez, lembrou as atuais alterações climáticas no mundo e seu “impacto econômico cada vez maior”. A executiva justifica que não há mecanismo de mercado mais eficiente que os seguros paramétricos, pois estes protegem a sociedade. Outro questionamento partiu de Frederico Ferreira, CEO da Austral Seguradora. “Por que o seguro paramétrico não decolou ainda? No Brasil, a gente acredita que não vai acontecer

and the CEO of VM9, Marcos Marconi. Castro stressed the meaning of the term smart cities, meaning “places where everything seems to conspire to make people's lives better,” he said. According to him, the current public-private partnerships will gain another ‘p’. “We will have four ‘feet’, which would be public, private and people partnerships.”

Marconi talked about the startup project VM9, the platform Smart Data Wien. “The project is an application of the concept of “date slab”. It is a kind of database that brings together several types of services, with multidisciplinary data. “This is ideal for citizens,” he said. In Benazzi's view, the insurance industry is an “irremediable partner and protagonist” in the process of developing smart cities. “The concept of sustainability of an intelligent city will come through the change of mentality of people and also through partnerships,” he added.

The catastrophic events were also discussed in a specific panel, with the opening of Rubem Hofliger, director of Swiss Re's public solutions for Latin America. Hofliger warned about insurances that did not accompany the growth of public assets. Only when a catastrophe occurs can one perceive the volume of insured losses. “There are bigger and bigger gaps. The responsibility rests on governments, which do not incorporate the security culture into their public policies,” he warned.

AXA XL's head of distribution and parametric leader, Stéphane Godier, in turn, recalled the current climate change in the world and its “growing economic impact.” The executive justifies that there is no more efficient market mechanism than parametric insurance, since they protect society. Another question came from Frederico Ferreira, CEO of Austral Seguradora. “Why has parametric insurance not taken off yet? In Brazil, we believe that nothing will happen.” Chris Cadorna, a partner at HFW, commented on legal aspects

nada”. E Chris Cadorna, sócio da HFW, comentou aspectos jurídicos dos dados do seguro paramétrico. “Para um seguro ser válido, o segurado precisa ter interesse. Na sua visão, o governo não está contratando um seguro para indenizar a si próprio, mas sim a toda a população.

Sem dúvida, o tema relativo a alterações no clima obteve espaço privilegiado nos debates do 8º Encontro de Resseguro. O painel “Como o resseguro pode ajudar a resolver a lacuna de proteção” chamou a atenção do mercado sobre o aumento do número de catástrofes no planeta e reuniu Antonio Trindade, CEO da Chubb e presidente da FenSeg, Luiz Roberto Cunha, professor de Economia do Centro de Ciências Sociais da PUC-Rio, e Rodrigo Botti, CEO da Terra Brasis Resseguros.

Presença aguardada por todos, Moses Ojeisekhoba, CEO Reinsurance Swiss Re, explicou sobre as oportunidades e desafios do mercado de seguros e resseguros no Brasil e no mundo. Moses listou temas importantes, entre eles o recrudescimento das ocorrências de tragédias climáticas nos cinco continentes. “São dados que nos obrigam a repensar as ferramentas de gestão de riscos relevantes e a oferta adequada de seguros. A América do Sul foi um dos continentes mais afetados por catástrofes naturais nos últimos dez anos, com perdas avaliadas em US\$ 200 bilhões, alertou”.

Cunha, da PUC-Rio, explicou que as alterações bruscas e dramáticas no clima impactam a indústria de seguros em todo o mundo. Citou como exemplo o temporal que causou destruição e mortes no Rio de Janeiro no primeiro dia do evento, 8 de abril. “Sem investimentos mínimos, eventos climáticos causarão impactos e tragédias mais amplas”. Já Botti, da Terra Brasis, comparou o mercado de resseguros no Brasil e dos Estados Unidos: “No país norte-americano, produtos de vida têm bastante penetração, assim como o de automóveis. A proteção a acidentes de trabalho é algo que provém do sistema público e não do setor privado”.

Tecnologia e RC ambiental

Blockchain (protocolo digital que possibilita o armazenamento e compartilhamento de dados) e a promessa de simplificação de processos e otimização de eficiência nas seguradoras foram tema do painel coordenado por Paulo Botti, do Conselho de Administração da Terra Brasis Resseguros. Antony Elliott, chairman da B3i enfatizou o campo aberto à criação de aplicações da tecnologia no setor, destacando como tais soluções poderão sim-



of parametric insurance data: “For insurance to be valid, the insured must have an interest. In his view, the government is not taking out insurance to compensate itself, but the entire population.

Undoubtedly, the topic related to climate change has gained a privileged place in the debates of the 8th Reinsurance Meeting. The panel “How reinsurance can help address the protection gap” drew the market’s attention to the increasing number of disasters on the planet and brought together Antonio Trindade, CEO of Chubb and chairman of FenSeg, Luiz Roberto Cunha, professor of economics at Center of Social Sciences of PUC-Rio, and Rodrigo Botti, CEO of Terra Brasis Reinsurance.

Presence awaited by all, Moses Ojeisekhoba, CEO of Swiss Re’s Reinsurance, explained the opportunities and challenges of the insurance and reinsurance market in Brazil and worldwide. Moses listed important themes, among them the resurgence of occurrences of climate tragedies on five continents. “They are data that force us to rethink the relevant risk management tools and the adequate supply of insurance. South America was one of the continents most affected by natural disasters in the last ten years, with losses estimated at US \$ 200 billion, he warned.

Cunha, of PUC-Rio, explained that sudden and dramatic changes in the climate impact the insurance industry around the world. He cited as an example the storm that caused destruction and deaths in Rio de Janeiro on the first day of the event, April 8. “Without minimal investment, climate events will have wider impacts and tragedies.” Already Botti, from Terra Brasis, compared the reinsurance market in Brazil and the United States: “In the United States, life products have a lot of penetration, just like automobiles. The protection of work accidents is something that comes from the public system and not from the private sector”.

Technology and environmental RC

Blockchain (digital protocol that enables data storage and sharing) and the promise of process simplification and optimization of efficiency in insurers were the subject of the panel coordinated by Paulo Botti, of the Board of Directors of Terra Brasis Resseguros. Antony Elliott, B3i’s chairman, emphasized the open field of technology applications in the industry, highlighting how such solutions can streamline processes

8º ENCONTRO DE RESSEGURO

plificar processos e otimizar a eficiência das companhias. "Para o Brasil, é uma oportunidade imensa de reduzir custos de operação e aumentar a eficiência", emendou. Marcelo Hirata, diretor de tecnologia e inovação do IRB Brasil RE, citou exemplos de apostas em aplicações baseadas em *blockchain* no Brasil, enquanto Keiji Sakai, diretor da empresa de tecnologia R3 no Brasil, assinalou que um facilitador da difusão das aplicações baseadas num protocolo digital é o interesse dos reguladores pelo tema. O diretor técnico da Tokio Marine, Luis Felipe Smith, a área de grandes riscos possui ampla abertura para soluções como esta. E lembrou a complexidade do segmento, no qual as resseguradoras têm forte atuação. Além da tecnologia, os seguros ambientais compuseram a pauta do evento, trazendo à tona os acidentes das barragens de Mariana e Brumadinho, cujo impacto modificou o cenário e a dinâmica deste tipo de proteção. Gerente regional para a América Latina de riscos ambientais da Chubb, Fábio Garcia Barreto, trouxe dados sobre seguros ambientais no Brasil em painel conduzido por Márcio Guerrero, superintendente da HDI Global. Tais dados apontam para um total de 27 seguradoras que operam nesta modalidade. Destas, 17 têm produção na carteira e nove, a produção ultrapassou R\$ 1 milhão em 2018. Barreto revelou que as companhias continuam oferecendo proteção às mineradoras, porém são seletivas quanto a oferecer o seguro às barragens. Em sua análise, o mercado de resseguros "freou a capacidade para riscos de mineração e barragens. Normalmente, os acidentes recentes são o tipo de sinistro que ocorrem num intervalo de dez anos, mas no Brasil ocorreram em menos de três e várias cidades ainda estão preocupadas com suas barragens", ressaltou Barreto. Pery Saraiva Neto, sócio-diretor na Pery Saraiva Neto Advogados, preconizou a necessidade de maior clareza do seguro ambiental, as coberturas oferecidas e que sejam analisadas as expectativas em torno da aplicação do seguro.

and optimize company efficiency. "For Brazil, it is an immense opportunity to reduce operating costs and increase efficiency," he added.

Marcelo Hirata, director of technology and innovation at IRB Brasil RE, cited examples of bets on blockchain-based applications in Brazil, while Keiji Sakai, director of technology company R3 in Brazil, pointed out that a facilitator of the diffusion of applications based on a digital protocol is the regulators' interest in the subject. The technical director of Tokio Marine, Luis Felipe Smith, the large risk area has wide openings for solutions like this. And recalled the complexity of the segment, in which reinsurers have strong performance.

In addition to technology, environmental insurance made up the agenda of the event, bringing to the fore the accidents of the Mariana and Brumadinho dams, whose impact changed the scenario and the dynamics of this type of protection. Chubb regional manager for Latin America for environmental risks, Fábio Garcia Barreto, brought data on environmental insurance in Brazil in a panel led by Márcio Guerrero, Superintendent of HDI Global. These data point to a total of 27 insurers operating in this modality. Of these, 17 have production in the portfolio and nine, production exceeded R \$ 1 million in 2018.

Barreto revealed that the companies continue offering protection to the miners, but they are selective in offering the insurance to the dams. In its analysis, the reinsurance market "constrained the capacity for mining and dam risks. Normally, recent accidents are the type of accidents that occur in a period of ten years, but in Brazil occurred in less than three and several cities are still worried about their dams," said Barreto. Pery Saraiva Neto, managing partner at Pery Saraiva Neto Advogados, advocated the need for greater clarity of environmental insurance, the coverage offered and the expectations regarding the application of insurance.



Energia e D&O

Energy and D&O



A plenária “Matriz energética brasileira – mudanças e investimentos” trouxe à tona questões fundamentais sobre abastecimento responsável. Segundo Roberto D’Araújo, diretor do Instituto de Desenvolvimento Estratégico do Setor Energético (Ilumina), a transformação da matriz energética brasileira, a partir das variantes renováveis de energia, irá gerar um impacto no mercado. “Ainda esbarramos, contudo, em questões legislativas, regulatórias e, sobretudo, ambientais. Não podemos falar em matriz energética sem falar em questões ambientais”, alertou.

O CEO South America da Allianz Global Corporate & Specialty, Angelo Colombo, ressaltou a necessidade do mercado de fontes renováveis evoluir rapidamente no Brasil. Para ele, o setor de seguros está atento às possibilidades de negócios na matriz energética do país. Sócio-diretor da RegE Barros Correia Advisers, Tiago de Barros Correia, ponderou sobre a profunda transformação tecnológica do setor de energia. Lembrou que a mobilidade elétrica é um caminho sem volta e impõe uma transição acelerada no setor automotivo: “São modelos de negócios no setor de energia que vão ameaçar modelos já existentes”.

A agenda do encontro sobre resseguro abriu espaço para o D&O. Os efeitos da Lava Jato estão transformando este tipo de seguro e, caso se dissemine o não adiantamento dos custos de defesa, a proteção perderá sua finalidade. Esta foi uma das conclusões a que chegaram os participantes do painel técnico. Cassio Gama Amaral, sócio do Mattos Filho Advogados, disse que o D&O objetiva adiantar os custos de defesa, ainda que o administrador tenha cometido ato doloso”. Mas lamentou: “Isto tira o objetivo do D&O, ou seja, adiantar os custos de defesa. Gostaria de ver o D&O voltando às suas origens”.

Rodrigo Bertuccelli, vice-presidente de claims lange da Chubb, acrescentou: “Se tirar o custo de defesa do D&O, está se esvaziando o produto. Deve-se pagar e quem for responsável, terá de reembolsar”.

The plenary "Brazilian energy matrix - changes and investments" has brought to the fore fundamental issues regarding responsible supply. According to Roberto D’Araújo, director of the Institute of Strategic Development of the Energy Sector (Ilumina), the transformation of the Brazilian energy matrix, from the renewable energy variants, will generate an impact on the market. "We still run into legislative, regulatory and, above all, environmental issues. We cannot talk about energy matrix without talking about environmental issues," he warned.

Allianz Global Corporate & Specialty CEO South America, Angelo Colombo, underscored the need for the renewable energy market to evolve rapidly in Brazil. For him, the insurance industry is aware of the business possibilities in the country's energy matrix. Managing Partner of RegE Barros Correia Advisers, Tiago de Barros Correia, pondered the profound technological transformation of the energy sector. He recalled that electric mobility is a path of no return and imposes an accelerated transition in the automotive sector: "They are business models in the energy sector that will threaten existing models."

The agenda of the meeting on reinsurance made room for D & O. The effects of the Lava Jet are transforming this type of insurance and, in case of non-payment of defense costs, the protection will lose its purpose. This was one of the conclusions reached by the panelists. Cassio Gama Amaral, a partner at Mattos Filho Advogados, said that D & O aims to advance defense costs, even if the administrator has committed a malicious act. " But he lamented: "This takes away D & O's goal, that is, to advance defense costs. I would like to see D & O going back to its origins."

Rodrigo Bertuccelli, vice president of Chubb's claims lange, added: "If you take the cost of defense from D & O, you are emptying the product. You must pay and whoever is responsible will have to reimburse you."

Transporte e cyber risk

O marco regulatório dos transportes de cargas colocará o setor securitário diante de desafios, exigindo uma mudança de comportamento do mercado em geral, avisou Paulo Robson Alves, da AXA XL, no painel “Os desafios atuais do seguro de transporte”. Participaram do debate Paula Rodrigues, sócia do escritório CGVF Advogados e Alfredo Chaia, diretor-geral da Internacional Risk Veritas. “Há uma necessidade de ambientação. Estamos cada vez mais numa era de dinamismo e o seguro de transportes precisa se adaptar e tentar acompanhar esse dinamismo”, pontuou Paula.

Chaia defendeu que o marco regulatório é uma medida que está interessando muito mais ao debate para quem contrata do que em razão da natureza do risco. “As discussões de responsabilidade por contratação e os debates sobre a complexidade e a interdependência, continuam grandes”, acrescentou. Contudo, Chaia assinala que o transportador assumirá uma responsabilidade “progressivamente maior” em função da complexidade cada vez mais acentuada do produto.

Ao final do encontro, um painel que discutiu cyber risk e a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) também atraiu as atenções. “Quanto mais digital forem a sociedade e as empresas, maior a possibilidade de um risco catastrófico provocado por um cyber ataque”, afirmou Gustavo Galvão, head de subscription de comercial e consumer lines da Argo. Glauce Carvalhal, superintendente jurídica da CNseg, falou sobre as ameaças: “Até 2019, poderá chegar a US\$ 2,1 trilhões o montante de prejuízos de riscos cibernéticos. Cerca de 250 dias é o tempo médio que as empresas levam para descobrir os ataques”.

Na visão de Daniel Haddad, CEO da CECyber, o uso mais intensivo de dados provocará o aumento dos ataques cibernéticos. “No Brasil, os custos com ataques alcançaram US\$ 14 bilhões nos últimos 12 meses”, alertou. Já Marcia Cicarelli, sócia da área de seguros e resseguros do escritório Demarest, fez uma apresentação da LGPD. “Há a necessidade de mapear o fluxo de dados na organização; levantar quais e como os dados são coletados, a finalidade, porque e por quem a coleta de dados é feita”, avaliou. Flávio Sá, gerente de linha financeira da AIG, considera que as empresas têm de saber quais são as medidas para responder a um incidente. “O plano de mitigação tem de estar pronto no momento em que surge o risco”.

Transport and cyber risk

The regulatory framework for cargo transportation will put the sector in the face of challenges, demanding a change in the behavior of the market in general, warned Paulo Robson Alves, AXA XL, in the panel “The current challenges of transportation insurance.” Paula Rodrigues, a partner at CGVF Advogados and Alfredo Chaia, general director of International Risk Veritas participated in the debate. “There is a need for ambience. We are increasingly in an era of dynamism and transport insurance needs to adapt and try to accompany this dynamism,” said Paula.

Chaia argued that the regulatory framework is a measure that is much more interested in the debate for contractors than in the nature of the risk. “Hiring discussions and debates about complexity and interdependence remain large,” he added. However, Chaia points out that the transporter will assume a “progressively greater” responsibility due to the increasing complexity of the product.

At the end of the meeting, a panel that discussed cyber risk and the General Data Protection Act (LGPD) also attracted attention. “The more digital society and business are, the greater the likelihood of a catastrophic risk from cyber attack,” said Gustavo Galvão, Argo’s head of commercial and consumer lines. Glauce Carvalhal, legal superintendent of CNseg, spoke about the threats: “By 2019, the amount of cyber risk losses could reach US \$ 2.1 trillion. About 250 days is the average time companies take to discover the attacks.”

In the view of Daniel Haddad, CEO of CECyber, more intensive use of data will lead to increased cyber attacks. “In Brazil, attack costs have reached \$ 14 billion in the last 12 months,” he warned. Marcia Cicarelli, a partner in the insurance and reinsurance department of Demarest, gave a presentation on LGPD. “There is a need to map the flow of data in the organization; to raise what and how the data is collected, the purpose, why and by whom data collection is done,” he said. Flávio Sá, AIG’s financial line manager, believes that companies have to know what measures to respond to an incident. “The mitigation plan must be ready the moment the risk arises.”



Promoção à igualdade está na ordem do dia

Promoting equality is on the agenda



Os debates que norteiam os vários segmentos da sociedade e seus aspectos multiculturais chegaram ao mercado de seguros. Hoje é imprescindível o respeito às diferenças de raça, gênero e religião para que haja fluxo de normalidade no relacionamento e nos negócios. Um mercado sustentável, enfim, foi a tese sustentada pelas participantes do painel técnico “Diversidade em Ação”, coordenado pela presidente da Associação das Mulheres do Mercado de Seguro (AMMS), Margo Black.

Além de tratar dos desafios relacionados à participação feminina no setor, o painel abordou a realidade vivida pelo segmento LGBT, negras, jovens e idosas nas companhias seguradoras e resseguradoras.

Maria Helena Monteiro, diretora de Escola Nacional de Seguros (ENS), apresentou a situação das mulheres no mercado com base na última pesquisa sobre a presença feminina no setor. Embora as profissionais sejam maioria na base da pirâmide das corporações, somente 1,4% delas consegue chegar aos cargos executivos, alcançados por 4,7% dos homens. Segundo Maria Helena, um homem possui três vezes e meia de chances a mais de tornar-se executivo.

A diretora de Relações de Consumo e Comunicação da CNseg, Solange Beatriz Palheiro Mendes, por sua vez, salientou os esforços da entidade e do segmento para promover a igualdade. “Nosso setor tem o dever de ser o reflexo da sociedade. A diversidade está no DNA do mundo segurador”, declarou.

Ana Carolina Mello, conselheira da AMMS, ressaltou o apoio recebido por várias companhias e revelou que os sinais de combate às desigualdades são animadores. “É forte a percepção de que grandes seguradoras e resseguradoras estão trabalhando para mudar essa situação”, admitiu. Solange Guimarães, superintendente de Comunicação Institucional da SulAmérica narrou experiências como mulher negra no mercado e afirmou que o enfrentamento dessas questões é fundamental para o desenvolvimento do setor. “A empresa que não tem olhar para a diversidade, não tem olhar para o futuro”.

The debates that guide the various segments of society and their multicultural aspects have reached the insurance market. Today it is essential to respect the differences of race, gender and religion so that there is a flow of normality in the relationship and in business. A sustainable market, in short, was the thesis held by participants in the “Diversity in Action” panel, coordinated by the president of the Association of Women in the Insurance Market (AMMS), Margo Black.

In addition to addressing the challenges related to women's participation in the sector, the panel addressed the reality of the LGBT segment, black, young and old in insurance and reinsurance companies.

Maria Helena Monteiro, director of the National School of Insurance (ENS), presented the situation of women in the market based on the latest research on the female presence in the sector. Although the professionals are the majority at the base of the corporate pyramid, only 1.4% of them manage to reach executive positions, reached by 4.7% of men. According to Maria Helena, a man has three and a half times more chances to become an executive.

The director of Consumer Relations and Communications of CNseg, Solange Beatriz Palheiro Mendes, in turn, highlighted the efforts of the entity and the segment to promote equality. “Our industry has a duty to be a reflection of society. Diversity lies in the DNA of the insurance world,” he said.

Ana Carolina Mello, AMMS counselor, highlighted the support received by several companies and revealed that the signs of fighting inequalities are encouraging. “There is a strong perception that large insurers and reinsurers are working to change this,” he said.

Solange Guimarães, SulAmérica's institutional communication superintendent has described experiences as a black woman in the market and stated that tackling these issues is fundamental for the development of the sector. “The company that does not look at diversity, has no future look.”

O que esperar do mercado de D&O?

What to expect from the D&O market?

Marcelo Varela (foto), Gerente de Linhas Financeira da Starr Brasil Seguradora, concedeu entrevista à revista **Insurance Corp**, onde analisa a situação do mercado de D&O no Brasil e revela quais são as apostas e estratégias de investimentos da companhia.

Insurance Corp: Como avalia a evolução do D&O no Brasil?

Marcelo Varela: O produto sofreu importantes atualizações por conta do Novo Código Civil de 2003, quando pelo artigo 50, o juiz passou a ter o direito de exercer a desconsideração da personalidade jurídica e arrolar a pessoa do executivo no processo. Uma situação não prevista em outros países, sendo um ponto de atenção considerado em apólices de programas mundial.

A recessão global de 2008 trouxe um grande impulso de vendas para o D&O. Contratado até então basicamente por multinacionais e grandes empresas com exposição nos EUA via ADR ou listagem direta, mais recentemente passou a ser contratado por empresas de médio e pequeno porte, trazendo novas seguradoras para o segmento e gerando competitividade.

IC: Como a companhia pode contribuir para a expansão deste segmento?

MV: A Starr iniciou sua operação em Financial Lines em julho de 2018, trazendo expertise ao mercado nacional, com soluções para riscos complexos, qualidade de atendimento e agilidade em regulação de sinistros. O Brasil é apenas parte da expansão da Starr. Possuímos atuação na Argentina e Chile, e operação de resseguro em toda a região. A companhia busca os melhores talentos do mer-



Marcelo Varela, Financial Lines Manager at Starr Brasil Seguradora, gave an interview to **Insurance Corp** magazine, where he analyzes the situation of the D&O market in Brazil and reveals the company's targets and investment strategies.

Insurance Corp: How do you evaluate the evolution of D&O in Brazil?

Marcelo Varela: The product underwent important updates due to the New Civil Code of 2003, when by article 50, the judge became entitled to exercise the disregard of the legal personality and list the person of the executive in the process. A situation not foreseen in other countries, being a point of attention considered in global program policies.

The global recession of 2008 brought a huge sa-

les boost to D&O. Hired until then basically by multinationals and large companies with exposure in the US via ADR or direct listing, more recently it has been hired by medium and small companies, bringing new insurers to the segment and generating competitiveness.

IC: How can the company contribute to the expansion of this segment?

MV: Starr started its operation in Financial Lines in July 2018, bringing expertise to the local market, with solutions for complex risks, quality of service and agility in regulation of claims. Brazil is only part of Starr's expansion. We have operations in Argentina and Chile, and reinsurance operations throughout the region. The company seeks the best talent on the market and is commit-

cado e está comprometida em manter-se sustentável e trabalhar para ser reconhecida como uma das principais seguradoras em RC.

IC: Como vocês analisam as novas exigências regulatórias no produto?

MV: Elas trouxeram um produto padronizado, porém o mercado possui flexibilidade para se diferenciar. A Starr criou um clausulado amplo e de fácil leitura, que traz facilidade e agilidade na regulação de sinistros. Na Cobertura C, por exemplo, não há a necessidade de um executivo estar arrolado ao processo para o tomador acionar o seguro. Nossa cobertura de multas e penalidades prevê, inclusive, para multas tributárias. Criamos a cobertura de mitigação da imagem do executivo, na pré-perda, ou seja, antes mesmo de uma reclamação de um terceiro, a apólice já pode ser acionada.

IC: Como os recentes eventos de corrupção afetaram o mercado?

MV: Eles tornaram, de certa forma, o D&O “popular”. Deixou de ser um assunto restrito à Gerentes de Risco e especialistas em seguros e passou a estampar matérias em jornais e revistas de grande circulação. Apesar de algumas matérias distorcerem a imagem do seguro, pois passavam a mensagem que se tratava do “seguro de corrupção”, o mercado soube reagir rapidamente e novas proteções foram incorporadas para que o seguro não fosse acionado na forma de antecipação em casos que envolvessem esse tipo de investigação.

IC: Existe fôlego para assumir riscos em outros ramos?

MV: Os mais recentes casos de desastres ambientais e class actions impactaram diretamente o mercado de D&O, que como qualquer outro produto é cíclico. O momento do seguro no Brasil é de menos euforia e mais conscientização. Fazemos o possível para estar à frente das mudanças do mercado, sempre oferecendo soluções aos clientes e corretores dentro dos maiores padrões de qualidade e o respaldo de oferecer cobertura de uma seguradora global com conhecimento e expertise nos mais diversos ramos e situações.

IC: Está previsto algum lançamento para os próximos meses?

MV: Estamos criando um portfólio diversificado, focado no serviço, para levar confiança e respostas objetivas aos corretores. Com relação ao E&O, tivemos recentemente a aprovação pelo órgão regulador e contratamos um líder para essa linha de negócio. Portanto é esperado a mesma estratégia e approach no mercado na construção de nosso portfólio. Os próximos lançamentos previstos são: RC no segundo trimestre, RC Ambiental no terceiro trimestre e o IMI no quarto trimestre.

**Starr Companies (ou STARR) é o nome da marca global das empresas de seguros, assistência de viagens e das subsidiárias do grupo Starr International Company, Inc. e dos negócios de investimento da C.V. Starr & Co., Inc.*

ted to staying sustainable and working to be recognized as one of the leading RC insurers.

IC: How do you analyse the new regulatory requirements in the product?

MV: They have brought a standard for the product, but the market has the flexibility to differentiate itself. Starr has created a comprehensive and easy-to-read clause that brings ease and agility in the regulation of claims. In Coverage C, for example, there is no need for an executive to be involved in the process for the policyholder to trigger the insurance. Our coverage of fines and penalties also provides for tax penalties. We created the mitigation coverage of the executive's image, in pre-loss, that is, even before a claim from a third party, the policy can already be triggered.

IC: How did recent corruption events affect the market?

MV: They have, in a way, become the "popular" D & O. It ceased to be a matter restricted to Risk Managers and insurance specialists and began to print matters in newspapers and magazines of great circulation. Although some issues distort the image of insurance, as they passed the message that it was the "insurance of corruption", the market was able to react quickly and new protections were incorporated so that the insurance was not triggered in the form of anticipation in cases involving this research.

IC: Is there breath to take risks in other branches?

MV: The latest cases of environmental disasters and class actions have directly impacted the D & O market, which like any other product is cyclical. The moment of insurance in Brazil is less euphoric and more awareness. We do our best to stay ahead of market changes, always offering solutions to clients and brokers within the highest quality standards and the support of offering coverage of a global insurer with knowledge and expertise in the most diverse branches and situations.

IC: Is there any launch planned for the coming months?

MV: We are creating a diversified portfolio, focused on service, to bring confidence and objective responses to brokers. With respect to E & O, we have recently had approval by the regulatory agency and we have hired a leader for this line of business. Therefore the same strategy and approach in the market in the construction of our portfolio is expected. The next scheduled launches are: CR in the second quarter, RC Environmental in the third quarter and IMI in the fourth quarter.

**Starr Companies (or STARR) is the global brand name of insurance companies, travel assistance and subsidiaries of the Starr International Company group, Inc. and investment business of C.V. Starr & Co., Inc.*

FenaSaúde promove 3º Encontro de Comunicação

FenaSaúde promotes 3rd Communication Meeting



João Alceu Amoroso Lima, presidente da FenaSaúde, ressaltou a importância da Atenção Primária à Saúde (APS)
João Alceu Amoroso Lima, FenaSaúde's president, highlighted the importance of Primary Health Care (PHC)

Evento realizado pela Federação Nacional da Saúde Suplementar (FenaSaúde) reuniu mais de 100 profissionais em São Paulo para debater atenção primária à saúde na Saúde Suplementar. Entre os presentes estavam jornalistas da grande imprensa e do trade de seguros, assessores de imprensa, representantes de instituições do setor e de operadoras de planos de saúde associadas à Federação. Na abertura do evento, João Alceu Amoroso Lima, presidente da FenaSaúde, ressaltou a importância da Atenção Primária à Saúde (APS), como instrumento de promoção à saúde e melhoria na qualidade do atendimento ofertado ao beneficiário. "Há 20 anos, quando a saúde privada começou a falar sobre atenção primária, tendo a figura do médico de família como o elo entre o paciente e seu tratamento, houve críticas relacionadas à restrição de acesso. Não houve o entendimento de que queremos usar a APS, como ferramenta para melhorar a qualidade do atendimento ao beneficiário", assinalou.

Para Gustavo Gusso, professor de Clínica Médica e Propedêutica da Universidade de São Paulo (USP), a essência da APS pressupõe quatro requisitos: acesso, ordenação, longitudinalidade e cuidado abrangente. Gusso, ressaltou que a atenção primária visa principalmente facilitar e qualificar o acesso do paciente. "A secundária praticamente não existe porque a jornada já passa pelo especialista. A APS deve ter um médico generalista e

The event organized by the National Federation of Supplementary Health (FenaSaúde) brought together more than 100 professionals in São Paulo to discuss priority health care in Supplementary Health. Among those present were journalists from the mainstream media and insurance trade, press officers, representatives of industry institutes and health insurance operators associated with the Federation. At the opening of the event, João Alceu Amoroso Lima, FenaSaúde's president, highlighted the importance of Primary Health Care (PHC) as an instrument to promote health and improve the quality of care offered to the beneficiary. "Twenty years ago, when private health began to talk about priority health care, with the family physician as the link between the patient and his treatment, there were criticisms related to access restriction. There was no understanding that we want to use APS as a tool to improve the quality of care to the beneficiary," he said.

According to Gustavo Gusso, professor of medical general practitioner and prosthetics at the University of São Paulo (USP), the essence of PHC presupposes four requirements: access, coordination, longitudinality and comprehensive care. Gusso, pointed out that primary care aims mainly to facilitate and qualify the patient's access. "The secondary one practically does not exist because the journey already passes for the specialist. The PHC must have a general practitioner and a specialist in so-

um especialista, no chamado atendimento compartilhada. A vantagem do médico de família é justamente conhecer o paciente”, ressaltou.

Rodrigo Aguiar, diretor de Desenvolvimento Setorial da agência, destacou o trabalho de mais de um ano da ANS para incentivar a adoção da Atenção Primária à Saúde por parte das operadoras de planos. “O objetivo com a coordenação do cuidado é promover a qualidade em saúde, fazendo com que seja seguro, efetivo e focado no paciente”.

José Cechin, diretor executivo da FenaSaúde, reconheceu haver algumas barreiras para a adoção desse modelo assistencial. “A prática da APS passa pela mudança de cultura em todos os níveis”, frisou. De acordo com ele, nas empresas que desenvolvem atenção primária, o índice de resolutividade é de 90%, enquanto a retenção de beneficiários também ultrapassa os 90%. Nessas operadoras, houve queda de 20% no número de internações em relação às que não têm programas desse tipo. Além disso, entre os idosos, houve redução de 67% dos pacientes crônicos e 65% nas internações. Na área de oncologia, informou que a adesão ao tratamento cresceu 44% e o índice de satisfação está em 98%.

Direito do Consumidor

O painel “Defesa do Consumidor”, foi dividido entre Ricardo Morishita, professor de Direito do Consumidor e presidente do Instituto Brasileiro de Direito Público (IDP Pesquisas), e Juliana Pereira, diretora executiva de Clientes da Qualicorp. Morishita destacou que, se o momento é de transição de modelos – assistencial e de remuneração –, é

fundamental que o consumidor seja informado com qualidade para que possa decidir sobre em qual modelo deseja estar. “Precisamos dar confiança às pessoas com a coragem moral de enfrentar essa desconfiança, com comunicação de qualidade que permita ao consumidor a liberdade de escolha”, sublinhou.

Juliana lembrou que o sistema vigente, com a carteirinha que facilita o acesso e o livro que liga o beneficiário à rede, permite que o consumidor tenha acesso ao cuidado, mas não resolve a necessidade dos pacientes, por causa do fato de o cuidado ser fragmentado, o que faz com que as pessoas fiquem perdidas no sistema de saúde. “Esse cuidado precisa ser mais integrado e coordenado. O quarto elemento desse processo é o engajamento. Não podemos tratar o beneficiário com mero pagador de boleto”, enfatizou.



called shared care. The advantage of the family doctor is precisely knowing the patient, "he said.

Rodrigo Aguiar, director of Sector Development of the agency, highlighted the work of more than a year of the ANS to encourage the adoption of Primary Health Care by the plan operators. "The goal with the coordination of care is to promote quality in health, making it safe, effective and focused on the patient."

José Cechin, executive director of FenaSaúde, acknowledged there were some barriers to the adoption of this care model. "The practice of PHC is a change of culture at all levels," he said. According to him, in companies that develop primary care, the resolving index is 90%, while the retention of beneficiaries also exceeds 90%. In these operators, there was a 20% decrease in the number of hospitalizations compared to those who did not have such programs. In addition, among the elderly, there was a 67% reduction in chronic patients and 65% in hospitalizations. In the area of oncology, he reported that adherence to treatment increased 44% and the satisfaction index is 98%.

Consumer Rights

The panel "Consumer Defense" was divided between Ricardo Morishita, professor of Consumer Law and president of the Instituto Brasileiro de Direito Público (IDP Surveys), and Juliana Pereira, chief executive officer of Qualicorp. Morishita emphasized that if the moment is a transition of models - care and remuneration - it is essential that the consumer is informed with quality so that he can decide on which model he wants to be. "We need to give people confidence with the moral courage to face this mistrust, with quality communication that allows consumers freedom of choice," he said.

Juliana recalled that the current system, with the card that facilitates access and the book that connects the beneficiary to the network, allows the consumer to have access to care, but does not solve the patients' needs, because the care is fragmented, which causes people to be lost in the health system. "This care needs to be more integrated and coordinated. The fourth element of this process is engagement. We can not treat the beneficiary with a mere billet payer," she emphasized.

Juliana recalled that the current system, with the card that facilitates access and the book that connects the beneficiary to the network, allows the consumer to have access to care, but does not solve the patients' needs, because the care is fragmented, which causes people to be lost in the health system. "This care needs to be more integrated and coordinated. The fourth element of this process is engagement. We can not treat the beneficiary with a mere billet payer," she emphasized.

A chave para o resseguro é liberar o seu potencial

The key for reinsurance is release your potential

Mathias Jungen, CEO da Swiss Re Brasil e Cone Sul, e Moses Ojeisekhoba, CEO Reinsurance Swiss Re, comentam em entrevista exclusiva, importantes questões voltadas à indústria do resseguro. A seguir, as ponderações de Moses:

Insurance Corp: Os últimos dois anos têm sido turbulentos para a indústria. Qual é a sua percepção sobre o que vem pela frente?

Moses Ojeisekhoba: É verdade que os últimos dois anos foram afetados por perdas significativas, mas é por isso que nossa indústria existe: para pagar indenizações rapidamente após eventos devastadores e ajudar pessoas a se recuperar e reconstruir. Tem sido um teste de resiliência, mas respondemos ao desafio e cumprimos nossas promessas nesses tempos difíceis. Isso provou nossa sustentabilidade e nos posiciona bem para o futuro.

Nós continuaremos a ver a exposição crescer à medida que a população aumenta e as pessoas vivem mais e acumulam mais ativos, especialmente em áreas expostas a catástrofes naturais. Nosso trabalho, nessa área, é garantir que as pessoas tenham um seguro adequado. Precisamos diminuir a distância entre o que é coberto e o que não é, e garantir que estamos precificando o risco adequadamente. É importante continuarmos a nos concentrar em como atendemos, de maneira sustentável, às necessidades de nossos clientes.

IC: Quais as oportunidades que o senhor vê em particular?

MO: Podemos ver oportunidades em lugares do mundo que estão prontos para experimentar o crescimento econômico a longo prazo. A América Latina se enquadra nessa categoria, assim como partes da Ásia e da África. O crescimento econômico levará ao crescimento do PIB per capita, dos ativos que as pessoas adquirem e a necessidade de gerenciamento de risco para todas as outras formas de exposição. Em um mundo cada vez mais conectado, estamos vendo novos riscos emergentes (cyber, por exemplo) e a natureza do risco sendo transformada pela tecnologia. Como indústria, temos uma oportunidade significativa de trabalhar com consumidores, empresas do setor primário e governos, para atuar com essas exposições crescentes.

IC: O que a indústria pode fazer para resolver a lacuna de proteção?

MO: É importante considerar primeiro por que essa lacuna existe para então, abordá-la adequadamente. Sabemos que a acessibilidade, o design do produto e o acesso aos produtos desempenham um papel importante. O fato de os consu-

Mathias Jungen, Swiss Re Brasil and Southern Cone CEO, and Moses Ojeisekhoba, Reinsurance Swiss Re CEO, observe in exclusive interview, important issues related to reinsurance industry. Then the reflexions of Moses:

Insurance Corp: The last two years have been turbulent for the industry. How do you feel about what lies ahead?

Moses Ojeisekhoba: Indeed, the last two years have been plagued by high catastrophic losses, but that's why our industry exists: to pay claims promptly and help people recover and rebuild following devastating events. It's been a test of resilience, but we've answered the challenge and delivered on our promises through these tough times. This proved our sustainability, which sets us up well for the future.

Going forward, we'll continue to see exposure grow as the population increases and people live longer and accumulate more assets, especially in areas prone to natural catastrophe. Our job as an industry is to ensure that people have adequate insurance. We need to shrink the gap between what is covered and what's not, and ensure we're pricing risk appropriately. It's important we continue to focus on how we sustainably serve the needs of our customers.

IC: What opportunities do you see in particular?

MO: We see opportunities in parts of the world that are poised to experience economic growth over the long term. Latin America falls into this category, as well as parts of Asia and Africa. Economic growth will lead to increases in per capital GDP, the assets that people acquire, and the need for risk management for all other forms of exposure. In an increasingly connected world, we are seeing new risks emerge (e.g. cyber) and the nature of risk being transformed by technology. As an industry, we have a significant opportunity to work with consumers, primary companies and governments to address these growing exposures.

IC: What can the industry do to address the protection gap?

MO: It's important to first consider why this gap exists to have any sort of chance of addressing it. We know that affordability, product design and access to products play a major role. The fact that consumers aren't

midores não estejam cientes, não compreenderem ou não terem interesse em produtos de seguro e de seu verdadeiro valor não ajuda. Estas questões devem ser abordadas para eliminar a lacuna. Para fazer a diferença, realmente, precisamos melhorar a jornada do cliente e tornar os produtos mais acessíveis. Precisamos de produtos customizados para as necessidades e para o estilo de vida individual.

Por fim, precisamos criar maneiras de precificar com mais exatidão os riscos e aumentar a transparência para orientar o cliente sobre o valor de sua apólice e ajudar a entender o próprio perfil de risco. Acreditamos firmemente que a tecnologia apresenta uma enorme oportunidade para remover barreiras. A chave para o resseguro é liberar o seu potencial.

IC: O senhor pode dar alguns exemplos de como a indústria está avançando contra o problema da subcobertura?

MO: Estamos tornando o seguro de vida mais simples com a tecnologia. Nosso pacote Magnum de soluções de subscrição automatizada está ajudando as seguradoras a simplificar o processo de solicitação e reduzir o tempo necessário para emitir uma apólice. Para que os clientes possam interagir com sua seguradora ou agente, em qualquer lugar, a Magnum é acessível em dispositivos móveis. As seguradoras se beneficiam de melhores taxas de aceitação; decisões de subscrição melhores e mais rápidas e produtos mais personalizados. Isso, por sua vez, cria consumidores mais engajados e satisfeitos.

Na província de Heilongjiang, na China, o seguro paramétrico está ajudando os agricultores a permanecer no negócio e sair da pobreza em caso de inundações, chuvas excessivas, secas ou baixas temperaturas. Usando imagens de satélite e dados meteorológicos, nós monitoramos as condições de cultivo e, se os fatores desencadeantes forem contemplados, os agricultores recebem o pagamento imediatamente. É um ótimo exemplo de parceria público-privada que também ajuda a reduzir o estresse nos recursos governamentais e garante a segurança alimentar.

IC: Além da lacuna de proteção, quais são alguns outros desafios enfrentados pela indústria?

MO: O excesso de oferta de capital é um desafio atual, impulsionado principalmente pela política monetária ao longo da última década. Isso criou um desalinhamento entre o risco subjacente e o preço. As empresas estão dispostas a gerar retornos abaixo do custo de capital. No longo prazo isso não é sustentável e precisa ser abordado. Outro desafio que eu gos-

aware of, don't understand or have no interest in insurance products and their true value doesn't help. These issues must be addressed in order to close the gap. To really make a difference, we need to improve the customer's journey and make products easier to access.

We need products that are more customised to an individual's needs and lifestyle. Finally, we must create ways to more accurately price risks and increase customer transparency to educate them on the value of their policy and help them understand their own risk profile. We strongly believe technology presents a tremendous opportunity to remove these barriers. The key for re/insurance is to unlock the potential.

IC: Can you give some examples of where the industry is making headway against the underinsurance problem?

MO: We are making life insurance simpler with technology. Our Magnum suite of automated underwriting solutions is helping insurers to simplify the application process, and reduce the time it takes to issue a policy. Magnum is enabled for mobile, so customers can interact with their insurer or agent anywhere. Insurers benefit from improved take-up rates; better, faster underwriting decisions; and more tailored products. This in turn creates more engaged, satisfied consumers.

In China's Heilongjiang province, parametric insurance is helping farmers stay in business and out of poverty in the event of flooding, excessive rain, drought or low temperatures. Using satellite images and weather data, we monitor growing conditions, and if certain triggers are met farmers receive an instant payout. It's a great example of a public-private partnership that also reduces stress on government funds and helps guarantee food security.

IC: Besides the protection gap, what are some other challenges facing the industry?

MO: A current challenge is the excess supply of capital, driven mainly by the monetary policy over the last decade. This has created misalignment between the underlying risk and the price. Companies are willing to generate returns below their cost of capital. This isn't sustainable in the long term and must be addressed.



Moses Ojeisekhoba

taria de mencionar é a tendência crescente de nacionalismo e protecionismo. Esse não é apenas um ambiente operacional adverso para as resseguradoras, mas é ruim também para os consumidores. Essa tendência aumentará o preço dos produtos de seguro e prejudicará nossas possibilidades de fechar a lacuna de proteção.

IC: Como o senhor prevê a participação da Swiss Re no mercado, com foco no Brasil?

MO: A Swiss Re está no mercado há 22 anos e continua comprometida no longo prazo. O Brasil é um dos nossos principais mercados de alto crescimento, e continuaremos trabalhando com consumidores e seguradoras locais para garantir que possamos criar juntos, os produtos e serviços certos para o mercado continuar crescendo. Nossas equipes locais contam com o apoio de toda a organização da Swiss Re e o benefício de aprender com nosso trabalho em outros mercados ao redor do mundo, onde enfrentamos desafios e oportunidades semelhantes. Estamos ansiosos pelo desafio!

Another challenge I would mention is the growing trend of nationalism and protectionism. This is not only an adverse operating environment for reinsurers, it's also bad for consumers. This trend will increase the price of insurance products and hinder our chances of closing the protection gap.

IC: Focusing on Brazil, how do you foresee Swiss Re's participation in the market?

MO: Swiss Re has been in the market for 22 years and remains committed for the long-term. Brazil is one of our core high-growth markets, and we will continue working with consumers and local insurance companies to make sure that together we can create the right products and services that help the market continue to grow. Our local teams have the support of the entire Swiss Re organization and the benefit of learning from our work in other markets around the world where we face similar challenges and opportunities. We're looking forward to the challenge!

A Swiss Re está trabalhando para desenvolver uma série de novos produtos no Brasil

Swiss Re is working to develop a number of new products in Brazil

Insurance Corp: Sendo a Swiss Re uma resseguradora global, como observa o mercado brasileiro?

Mathias Jungen: A Swiss Re está presente no Brasil desde 1997, inicialmente fornecendo capacidade de resseguro através do IRB, e em seguida, fazendo isso diretamente para as seguradoras, após a abertura do mercado em 2008.

Mais recentemente, a Swiss Re definiu os mercados específicos de alto crescimento em todo o mundo, que ocupam um lugar central na estratégia da Swiss Re. Dois desses mercados de alto crescimento estão na América Latina e o Brasil é um deles!

Estabelecer uma presença forte e de longo prazo no Brasil e solidificar o relacionamento com nossos clientes é fundamental para a nossa estratégia, mesmo com os desafios temporários no curto prazo. Além dos recursos para apoiar a operação brasileira no exterior, a Swiss Re conta com 70 funcionários localizados em São Paulo que são totalmente dedicados ao negócio de resseguro. A empresa também possui licença para uma resseguradora local e duas admitidas, para oferecer capacidade de resseguro de maneira flexível.

O grupo também possui uma companhia seguradora no Brasil - a Swiss Re Corporate Solutions, sendo Luciano Calheiros o CEO. As operações de seguro e resseguro são estritamente separadas e não compartilham qualquer informação dos negócios.

Insurance Corp: How does Swiss Re, a global reinsurer, look at the Brazilian market?

Mathias Jungen: Swiss Re has been present in Brazil since 1997, initially providing reinsurance capacity through the IRB, and then directly to insurance companies after the opening of the market in 2008.

More recently, Swiss Re has defined the specific High Growth Markets across the globe, that occupy a central place in Swiss Re's strategy. Two of those High Growth Markets are in Latin America and Brazil is one of them!

Establishing a strong, long-term presence in Brazil and solidifying relationships with our clients is key to our Strategy, even if there are temporary challenges in the short term. In addition to the resources supporting the Brazilian operation from abroad, Swiss Re has 70 employees located in Sao Paulo that are fully dedicated to the reinsurance business. The company also has one local and two admitted reinsurance licenses in order to offer reinsurance capacity in a flexible manner.

The group also has a primary insurance carrier in Brazil – Swiss Re Corporate Solutions, whose CEO is Luciano Calheiros. The insurance and reinsurance operations are strictly separated and do not share any business information.

IC: Quais são as prioridades da Swiss Re no Brasil em 2019?

MJ: Nos últimos três anos, a Swiss Re investiu em sua aptidão de apoiar as companhias de seguros, tanto com capacidade de resseguro tradicional como para trabalhar em colaboração estreita com elas, apoiando suas metas mais amplas dos negócios.

Estas aptidões incluem equipes dedicadas que podem executar análises avançadas de dados e ferramentas para avaliar exposições de risco específicas, tanto para riscos provocados pelo homem quanto para desastres naturais. A Swiss Re também desenvolveu uma série de soluções de resseguro estruturado para atender às necessidades de capital ou liquidez.

Levar essa proposta de valor mais ampla e estratégica para nossos clientes representa uma prioridade fundamental para a Swiss Re no Brasil.

IC: Você acredita que também há espaço para trazer novos produtos para o mercado brasileiro?

MJ: Absolutamente. Todos nós sabemos que as pessoas e ativos geralmente não estão segurados, ou estão subestimados atualmente no Brasil. Estou profundamente convencido de que a penetração do seguro pode ser aumentada pela introdução de produtos mais adequados às demandas específicas de certos segmentos, especialmente para linhas pessoais e pequenas linhas comerciais.

Esses novos produtos podem ser desenvolvidos a partir do zero ou replicados com base na experiência de outros mercados com demandas similares.

A Swiss Re está trabalhando para desenvolver uma série de novos produtos no Brasil. Um exemplo são as novas coberturas de saúde, incluindo uma para doenças crônicas, que podem gerar uma tensão financeira significativa na vida de uma pessoa e produtos específicos para idosos e diabetes.

A Swiss Re também está trabalhando em soluções automatizadas de subscrição, que podem melhorar a experiência dos segurados e reduzir a lacuna de proteção.

Em uma base mais ampla, acredito que nós, como indústria, ainda temos uma tarefa significativa à nossa frente no desenvolvimento de produtos acessíveis que permitirão que mais segmentos de nossa sociedade tenham acesso ao seguro.

A Swiss Re está certamente comprometida em trabalhar para enfrentar este desafio!

IC: What are Swiss Re's priorities in Brazil for 2019?

MJ: Over the past three years, Swiss Re has invested in its capabilities to back insurance companies with traditional reinsurance capacity and to work closely with them to support their broader business goals.

These capabilities include dedicated teams that can perform advanced data analytics and tools to assess specific risk exposures, both for man-made risks and natural disasters. Swiss Re has also developed an array of structured reinsurance solutions to address capital or liquidity needs.

Bringing this broader and more strategic value proposition to our clients represents a key priority for Swiss Re in Brazil.

IC: Do you believe that there is also room to bring new products to the Brazilian market?

MJ: Absolutely. We all know that people and assets are often either uninsured or underinsured in Brazil today. I am deeply convinced that the insurance penetration can be increased by introducing products that are better suited to the specific demands of certain segments, especially for personal lines and small commercial lines.

These new products could be either developed from the ground up or replicated based on experience from other markets with similar demands.

Swiss Re is working to develop a number of new products in Brazil. One example is new health covers, including one for critical illnesses, which can generate a significant financial strain in a person's life, and specific products for the elderly and diabetes. Swiss Re is also working on automated underwriting solutions that can

improve the experience of insured and reduce protection gap.

On a broader basis, I believe that we as an industry still have a significant task ahead of us in developing affordable products that will enable larger segments of our society to access insurance.

Swiss Re is certainly committed to work towards meeting this challenge!



Mathias Jungen

Depoimentos

Quais são os desafios do mercado brasileiro de resseguro para os próximos três anos?

Depoimentos

What are the Brazilian reinsurance market challenges for the three next years?

“

Um dos principais desafios nos próximos três anos no mercado brasileiro de resseguros é também um desafio que estamos observando em outros mercados: Há pressão na cadeia de valor do consumidor para o retrocessionário para que esta seja reduzida significativamente. E precisamos estar atentos e posicionados de acordo. O outro desafio que vejo para nós, especialmente neste mercado, é expandir o diálogo para algo mais estratégico, o que naturalmente significa ir além da pura capacidade. Temos uma grande oportunidade de nos concentrarmos na solução para nossos clientes e em suas necessidades mais prementes, garantindo nossa relevância ao compartilhar nosso conhecimento complementado por ferramentas financeiras e de análise de risco. Acredito que continuar moldando o setor incentivando a inovação também é nossa responsabilidade.

Anna Ziswiler

Responsável pelo desenvolvimento de negócios na América Latina. Focada na maximização da criação de valor aos nossos clientes, por meio de expertise em gerenciamento de capital de risco, análise financeira e soluções inovadoras.



“

One of the main challenges over the next three years for the Brazilian reinsurance market is the same one we are observing in other markets. The value chain from the consumer to the retrocessionaire is under pressure to be reduced significantly. And we need to pay attention to it and position ourselves accordingly. The other challenge I see for us is particularly in this market, is to expand the dialogue to a

more strategic one, which naturally means going beyond pure capacity. We have a great opportunity to focus on solving our clients' most pressing needs and making sure we stay relevant by sharing our knowledge, complemented by financial and risk analytics tools. I believe it is also our responsibility to continue shaping the industry by fostering innovation.

”

Anna Ziswiler

Responsible for Business Development in Latin America.

Focus is on maximizing value creation to our clients through capital and risk management expertise, financial analytics and innovative solutions.

”

“

Vejo como principal desafio o crescimento da economia e a volta dos investimentos em infraestrutura. A volatilidade do cenário político-econômico ainda traz algumas incertezas com relação ao crescimento do mercado de seguros e resseguros. Outro desafio importante, na minha visão, é a perspectiva de continuidade do mercado "soft" e da tendência de compra de seguro/resseguro predominantemente com base no preço, o que acaba inibindo as perspectivas de profissionalização do setor e as iniciativas de desenvolvimento de produtos inovadores.

Fabio Arturo Corrias

Diretor de Negócios Facultativos. Responsável pela área de negócios Facultativos de P&C no Brasil e no Cone Sul.



“

The volatility of the political-economic scenario still brings some uncertainties regarding the growth of the insurance and reinsurance market." Another important challenge, in my view, is the perspective continuity of the soft market and the predominantly price-based insurance/reinsurance buying trend, which ultimately inhibits the sector's prospects of professionalization and innovative product development initiatives.

”

Fabio Arturo Corrias

Facultative Business Director. Responsible for P&C Facultative business in Brazil and in the Southern Cone region.

”

“

O Brasil como um mercado emergente, traz grandes desafios, mas também grandes oportunidades de crescimento. Como desafios diria que a instabilidade econômica e política atualmente é o maior deles. A expectativa é de que as companhias tirem o melhor proveito deste cenário, profissionalizando ainda mais seu processo de subscrição, de forma que sua rentabilidade não seja afetada pela queda da taxa de juros. Isso somado a uma possível retomada da economia e das obras de infraestrutura poderia trazer oportunidades de crescimento sustentável para a indústria de seguros e resseguros. A melhoria na economia também poderá abrir portas para o surgimento de produtos mais inovadores e customizados às necessidades do cliente, aumentando assim a penetração de seguros e diminuindo a lacuna de proteção.

Cynthia Colaneri

Senior Client Manager. Líder comercial responsável pelo fortalecimento e gestão de relacionamento com clientes no Brasil. O foco está na monetização de soluções inovadoras, na execução de nossos planos estratégicos de clientes e no gerenciamento de renovações e oportunidades de negócios.



“

Brazil as an emerging market, brings great challenges, but also great growth opportunities." As challenges, I would say that economic and political instability is now the largest of them, and companies are expected to make the most of this scenario by professionalizing and its underwriting process, so that its profitability is not affected by the fall in the interest rate. This, coupled with a possible resump-

tion of the economy and infrastructure works, could bring sustainable growth opportunities for the insurance and reinsurance industry. Improvement in the economy can also open doors for the emergence of more innovative and customized products to customer needs, thus increasing insurance penetration and reducing the protection gap.

”

Cynthia Colaneri

Senior Client Manager. Sales leader with responsibility for strengthening and managing client relationships in Brazil. Focus is on monetizing innovative solutions, executing our client strategy plans and managing renewals and deal opportunities.

”

“

O Mercado brasileiro ainda tem bastante espaço para crescer, ainda vemos pouca cobertura em eventos que poderiam ser considerados catastróficos (inundação, vendaval, desmoronamento, etc.) e uma representatividade do mercado pequena quando comparado ao PIB. Precisamos abrir uma agenda revolucionária tendo seguro/resseguro como uma plataforma de crescimento econômico, possibilitando o consumidor se reerguer em momentos difíceis. O mercado securitário tem que convergir para uma visão de longo prazo, revisitando itens como custo regulatório, desburocratização, novas coberturas, canais de distribuição e conscientização da importância do seguro. Isso possibilitará o mercado ser mais ágil e trazer soluções inovadoras e com preços que sejam aceitos pelos clientes."

Fred Knapp

CFO E COO de resseguro da América Latina.



“

The Brazilian market still has a lot of room to grow, we still see little coverage in events that could be considered catastrophic (flood, gale, collapse, etc.) and a small market share when compared to GDP. We need to open a revolutionary agenda having insurance/reinsurance as a platform for economic growth, enabling the consumer to rise up in difficult times. The insurance market has to converge towards

a long-term vision, revisiting items such as regulatory cost, debureaucratization, new coverage, distribution channels and awareness of the importance of the reinsurance market. This will enable the market to be more agile and bring innovative solutions at prices that are accepted by customers."

”

Fred Knapp

CFO & COO Latin America Finance Reinsurance Americas.

”

Prioridade é valorizar a categoria

Priority is to value professionals

Em noite festiva, a União dos Corretores de Seguros (UCS) realizou no dia 23 de abril, em São Paulo, a posse de sua nova Diretoria Executiva e Conselho Fiscal para o biênio 2019-2021, eleita em chapa única. Simultaneamente, a entidade comemorou 15 anos de existência. Participaram do evento cerca de cem pessoas, entre corretores associados, lideranças da categoria, representantes de seguradoras e jornalistas.

O novo presidente, Ezaqueu Antonio Bueno, natural de Jundiaí, é o primeiro dirigente da entidade a representar o interior paulista. "A UCS tem história escrita e registrada, nossas atas estão todas lavradas, com um resumo de tudo o que traçamos, é um trabalho que sempre gostei de fazer e agora, vou zelar ainda mais pela entidade estando como presidente", prometeu.

A antecessora, Mara Borges Sutto, agradeceu a parceria dos colegas e de outras instituições e empresas do mercado para o sucesso de sua gestão. "O principal foco do meu trabalho sempre foi o associado. Deixo um legado importante com a certeza de que cumpri minha missão", afirmou. Ela recebeu elogios dos ex-presidentes Raquel Gomes, Marcelo Guirao e Luiz Morales.

Ezaqueu também enfatizou o trabalho de Mara. Em discurso, disse sua atuação irá pautar pela ética e profissionalismo, lutando permanentemente pela valorização da categoria. Ao final, garantiu que a UCS dobrará o número de sócios em seu mandato Hoje, a União dos Corretores reúne cerca de 200 associados. (CAP)



On a festive night, the Union of Insurance Brokers (UCS) held its new Executive Board and Fiscal Council on April 23, in São Paulo, for the biennium 2019-2021, elected in single sheet. Simultaneously, the entity celebrated 15 years of existence. About 100 people participated,

including associate brokers, category leaders, insurance representatives and journalists.

The new president, Ezaqueu Antonio Bueno, native of Jundiaí, is the first leader of the entity to represent the inland of São Paulo. "The UCS has written and recorded history, our minutes are all drawn up, with a summary of everything we have drawn up, it is a job that I have always enjoyed doing and now, I will look after the entity even more as president," he promised.

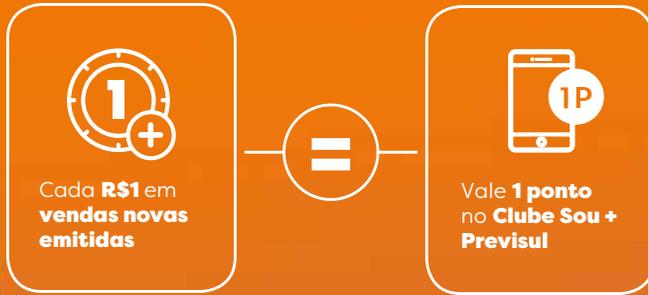
The predecessor, Mara Borges Sutto, thanked the partnership of colleagues and other institutions and companies in the market for the success of its management. "The main focus of my work has always been the associate. I leave an important legacy with the certainty that I have fulfilled my mission," he said. She received praise from former presidents Raquel Gomes, Marcelo Guirao and Luiz Morales.

Ezaqueu also emphasized Mara's work. In a speech, said his performance will be guided by ethics and professionalism, fighting permanently for the appreciation of the category. In the end, he assured that UCS will double the number of members in its mandate Today, the Brokers Union brings together about 200 members. (CAP)

Conheça a composição da Diretoria Executiva/ Know the Executive Board:

Ezaqueu Antonio Bueno, presidente/president
 Arno Buchli Junior, primeiro vice-presidente/first vice-president
 Maria José Macedo Donghia, segundo vice-presidente/second vice-president
 Antonio Carlos Nogueira, primeiro tesoureiro/first treasurer
 Anderson Ramos Itapetininga, segundo tesoureiro/second treasurer
 Cátia Rosana Garroti Guirao, primeiro secretário/first secretary
 Augusto Vicente Esteves, segundo secretário/second secretary

CONHEÇA O CLUBE SOU + PREVISUL!



Uma plataforma onde você pode trocar os pontos por diversos prêmios. É muito + **autonomia** e facilidade para você, Corretor de Seguros!

São diversas lojas parceiras, com marcas e artigos essenciais para seu **espaço de trabalho**. Cadeiras de escritório, frigobares, cafeteiras, chaleiras elétricas e vários outros produtos esperam por você no **Clube Sou + Previsul**.

PRÊMIO FINAL

10 corretores com a maior pontuação

= Viagem para **DUBAI** com acompanhante



ACESSE O **PORTAL DO CORRETOR** E SAIBA +



+ completa por ter **Você.**

Unidos contra um concorrente desleal United against an unfair competitor

Evento reuniu corretores de quatro estados e o Distrito Federal e celebrou a luta contra um inimigo perigoso

Event brought together brokers from four states and the Federal District and celebrated the fight against a dangerous enemy

*Por/by: Carlos Pacheco
De Uberlândia*



Maria Filomena Branquinho pregou a união da categoria na abertura do evento
Maria Filomena Branquinho emphasized the category union at the opening of the event

A ameaça representada pelas associações de proteção veicular que querem abocanhar parte significativa do mercado de seguros, tratadas como clandestinas e/ou marginais, polarizou a maioria dos debates durante o 1º Congresso Regional Centro-Oeste e Minas dos Corretores de Seguros (Congregor), nos dias 2 e 3 de maio, do Center Convention de Uberlândia (MG). Cerca de 1.200 pessoas, sobretudo profissionais oriundos de várias partes do país, prestigiaram o evento. Presidentes dos Sincors de Goiás, Mato Grosso, Distrito Federal, Mato Grosso do Sul, Minas Gerais e de outros estados, executivos e presidentes das principais seguradoras brasileiras participaram dos painéis e receberam os corretores em seus estandes.

Na abertura, a anfitriã do evento, a presidente do Sincor-MG, Maria Filomena Branquinho, ressaltou o papel relevante dos corretores, o principal canal de distribuição no país, responsáveis pela expansão de um setor pouco

The threat of vehicle protection associations that want a significant part of the insurance market, treated as clandestine outsiders, polarized most of the debates during the 1st Central-West Regional Congress and Mines of Insurance Brokers (Congregor) on 2 and 3 May, of the Center Convention of Uberlândia (MG). About 1,200 people, mainly professionals from different parts of the country, honored the event. Presidents of Sincors de Goiás, Mato Grosso, Federal District, Mato Grosso do Sul, Minas Gerais and other states, executives and presidents of the main Brazilian insurers participated in the panels and welcomed the brokers in their stands.

At the opening, Sincor-MG's president, Maria Filomena Branquinho, highlighted the important brokers role, the main distribution channel in the country, responsible for the expansion of a sector was not affected by the economic crisis. Branquinho preached the union of the category, through the unions of all country that gua-

foi afetado pela crise econômica. Branquinho pregou a união da categoria, por meio dos sindicatos de todo o Brasil, que garantiu conquistas importantes. Uma delas, citada pelo presidente da Federação Nacional dos Corretores de Seguros (Fenacor), Armando Vergílio, foi a inclusão dos profissionais no Simples Nacional.

Após o presidente da Confederação Nacional das Seguradoras (CNseg), Márcio Coriolano, enfatizar o poder da força institucional do mercado, o inimigo nº 1 do setor foi citado pelo deputado federal e presidente do Sincor-GO, Lucas Vergílio. “Nós, corretores de seguros, estamos sozinhos nessa luta contra as associações de proteção veicular. Minas Gerais foi um dos primeiros estados a sofrer a ação do mercado marginal. É preciso que as seguradoras e suas entidades representativas discutam esse problema conosco”, bradou o parlamentar.

O presidente da Fenacor reforçou as ponderações de Lucas: “Precisamos nos unir para conseguir vencer um inimigo em comum, o mercado marginal, que começou com a proteção veicular e já está contaminando outros segmentos, como o patrimonial e vida. É preciso em empenho e determinação nesta cruzada contra essas associações”, alertou. O deputado federal é autor do Projeto de Lei Complementar (PLP) 519/2018, que visa regulamentar a atuação das associações de proteção veicular.

Ao final da abertura do 1º Congregor, o jornalista da Globo News, João Borges, fez uma análise dos quatro meses do governo de Jair Bolsonaro. Na palestra, Borges apresentou um retrospecto dos fatos que foram destaque no novo governo e, em seguida, comentou sobre as principais perspectivas do cenário econômico. “Com previsão do PIB de apenas 1,1% em 2018, o Brasil estará abaixo de países como Argentina, México e Uruguai”, lamentou. Para o jornalista, o combate ao déficit fiscal e as reformas tributária e da Previdência são fundamentais para a economia voltar a crescer.

Cooperativas marginais

A cruzada contra o mercado tido como marginal e os desafios do corretor no atual cenário ficaram latentes no talk-show “Atualidades do Mercado de Seguros”, destaque do segundo dia do congresso. Mediado pelo deputado Lucas Vergílio, o painel reuniu o presidente Armando Vergílio (Fenacor), Robert Bittar (Escola Nacional de Seguros) e Márcio Coriolano (CNseg).

Primeiro a falar, Bittar revelou que existem hoje 90 mil corretores no Brasil habilitados pela Susep graças ao papel da Escola, cuja participação sempre importante no desenvolvimento do setor. Segundo ele, desde 2005, quando a instituição obteve autorização para ministrar curso superior de administração com ênfase em seguros, houve um paulatino crescimento, tanto na oferta de cursos quanto em investimentos. “A Escola Nacional de Seguros acabou de receber, mais uma vez, a nota máxima (5) em todos os quesitos pelo Ministério da Educação”, revelou Bittar.

Coriolano, por sua vez, ponderou que o Brasil tem um enorme desafio de incorporar a população no mer-

ranted important achievements. One of them, cited by the president of the National Federation of Insurance Brokers (Fenacor), Armando Vergílio, was the inclusion of professionals in Simples Nacional.

After, the president of the National Confederation of Insurers (CNseg), Márcio Coriolano, emphasize the power of the institutional strength of the market, the sector's No. 1 enemy was quoted by congressman and president of Sincor-GO, Lucas Vergílio. “We, insurance brokers, are alone in this fight against vehicular protection associations. Minas Gerais was one of the first states to suffer marginal market action. It is necessary that the insurers and their representative entities discuss this problem with us”, shouted the parliamentarian.

The president of Fenacor added: “We need to unite in order to overcome a common enemy, the marginal market, which began with vehicular protection and is already contaminating other segments, such as heritage and life. It takes commitment and determination in this crusade against these associations,” he warned. The congressman is the author of the Complementary Law Project (PLP) 519/2018, which aims to regulate the performance of vehicle protection associations.

At the end of the opening of the 1st Congregor, Globo News journalist, João Borges, analyzed the four months of Jair Bolsonaro's government. In the speech, Borges presented a retrospective of the facts that were highlighted in the new government and then commented on the main perspectives of the economic scenario. “With GDP forecast to be only 1.1% in 2018, Brazil will be below countries like Argentina, Mexico and Uruguay,” he lamented. For the journalist, combating the fiscal deficit and the tax and welfare reforms are fundamental for the economy to grow again.

Marginal cooperatives

The crusade against the marginal market and the challenges of the broker in the current scenario were latent in the talk show “News of the Insurance Market”, highlight of the second day of the congress. Mediated by Lucas Vergílio, the panel brought together presidents Armando Vergílio (Fenacor), Robert Bittar (National Insurance School) and Márcio Coriolano (CNseg).

First to speak, Bittar revealed that today there are 90 thousand brokers in Brazil enabled by Susep thanks to the role of the School, whose participation always important in the development of the sector. According to him, since 2005, when the institution obtained authorization to teach a course of administration with an emphasis on insurance, there has been a gradual growth, both in the offer of courses and in investments. “The National School of Insurance has once again received the highest mark (5) in all matters by the Ministry of Education,” said Bittar.

Coriolano, on the other hand, considered that Brazil has a huge challenge of incorporating the population



Deputado Lucas declarou guerra às cooperativas, observado por Armando Vergílio (esq.), Márcio Coriolano e Robert Bittar
Congressman Lucas declared war on the cooperatives, observed by Armando Vergílio (left), Márcio Coriolano and Robert Bittar

cado de consumo. Em sua tese, há um “ambiente de oportunidades” que o mercado deve aproveitar para promover maior inclusão de pessoas em mecanismos de proteção social. O dirigente apontou um grande desafio no país: o de melhorar os índices de distribuição de renda. Em seus cálculos, 85% da população ganha até 5 salários mínimos, ou seja, com poder de consumo limitado.

Lucas questionou a CNseg sobre o seu envolvimento no combate às cooperativas marginais, considerando que há “ausência institucional” da entidade nessa luta. “Estamos com os outros agentes do setor na defesa por um mercado legalizado e regulamentado. No Congresso, as seguradoras apoiaram o Projeto de Lei 3139 e também a PLP 519. Entramos com dezenas de ações civis públicas junto à Susep contra quem atua irregularmente”, respondeu o presidente da CNseg. O deputado conclamou corretores a agir contra as associações, pois, segundo ele, o patrimônio da população de menor poder aquisitivo corre sério risco.

Neste panorama preocupante, Armando Vergílio lembrou que o corretor deve inicialmente se conscientizar sobre seu papel consultivo, identificando coberturas e benefícios de determinado seguro. Em seguida, assume a postura de assessor do cliente, acompanhando-o permanentemente. “Temos de parar com essa história de que a profissão está ameaçada. Porém, se o profissional não modernizar, ele ficará estagnado ou perderá mercado”, advertiu. Sobre as associações, foi taxativo: “Esperamos contar com a união de toda a categoria nesta cruzada contra o mercado marginal, que não paga impostos e nem obedecem aos mesmos regulamentos que nós”.

into the consumer market. In his thesis, there is an “opportunity environment” that the market must take advantage of to promote greater inclusion of people in mechanisms of social protection. The leader pointed a great challenge in the country: that of improving income distribution indices. In its calculations, 85% of the population earns up to 5 minimum wages, that is, with limited consumption power.

Lucas questioned the CNseg about its involvement in the fight against marginal cooperatives, considering that there is “institutional absence” of the entity in this fight. “We are with other industry players in advocating for a legalized and regulated market. At the Congress, insurers supported Bill 3139 and also PLP 519. We filed dozens of public civil suits with Susep against those who act irregularly,” said the president of CNseg. The deputy called on brokers to act against the associations because, according to him, the equity of the population with lower purchasing power is at serious risk.

In this worrying scenario, Armando Vergílio recalled that the broker should initially be aware of its advisory role, identifying hedges and benefits of insurance. Then, he assumes the position of client advisor, accompanying him permanently. “We have to stop with this story that the profession is threatened. However, if the professional does not modernize, it will be stagnant or lose market,” he warned. About the associations, it was exhaustive: “We hope to have the union of the whole category in this crusade against the marginal market, which does not pay taxes nor obey the same regulations as we.”

Mudanças no mercado e consumo

Executivos das maiores seguradoras brasileiras foram protagonistas do painel “Inovação e Desafios no Mercado de Seguros”. O impacto das ferramentas tecnológicas, as consequências das mudanças de comportamento do consumidor e o papel do corretor nestes cenários foram alguns dos temas abordados, a convite da mediadora do debate, Maria Filomena Branquinho, presidente do Sincor-MG.

Na visão do presidente da HDI, Murilo Riedel, o principal desafio do segmento é promover a entrega adequada dos produtos. Riedel sugere às seguradoras que ofereçam seguros alternativos com garantias. Ele mencionou, a título de exemplo, a proteção a veículos de baixo valor patrimonial, “uma boa oportunidade para o corretor”. De qualquer forma, o presidente da HDI não tem dúvidas quanto ao papel do profissional como principal canal de distribuição das companhias.

Para Gabriel Portela, presidente da Sul América Seguros, “não existem seguradoras sem o corretor”. De acordo com Portela, é preciso, utilizar a tecnologia como ferramenta ao corretor vender mais. E acrescentou: “Estamos juntos no combate ao mercado marginal”. O executivo defende igualdade de condições na operação dos negócios no cumprimento estrito da lei.

“A distribuição dos nossos produtos é 100% realizada por meio do corretor de seguros”, ressaltou o presidente da Tokio Marine, José Adalberto Ferrara. O executivo reforçou a preocupação da seguradora quanto à tecnologia, ao investir R\$ 100 milhões todos os anos, e o treinamento de profissionais para sua inclusão digital. “A venda direta nunca esteve nos nossos planos”, garantiu.

Já Fernando Grossi, diretor executivo da Sompo Seguros, ressaltou o objetivo central da companhia de buscar o desenvolvimento de novos produtos, com foco no varejo. A Sompo está reformulando seu portfólio e lançando também novidades no mercado. Quanto ao combate ao mercado marginal, Grossi entende ser este um “desafio muito grande”. E complementou: “Juntos somos mais fortes do que estas associações”.

O diretor executivo de produção da Porto Seguro, Rivaldo Leite, por sua vez, reconheceu que o automóvel foi o responsável pelo sustento da companhia por muitos anos. “Mas, agora, não pode ser a única forma de sustento do corretor”, avisa. Com a diversificação do mercado nos últimos tempos, Rivaldo enxerga um horizonte atraente para o consumidor trabalhar e continuar sendo um profissional indispensável ao setor.

Marcos Machini, vice-presidente Comercial da Liberty Seguros, destacou megatendências em termos de inovação – globalização, conectividade, economia da experiência, compartilhamento e imediatismo – aliadas à velocidade (custo de produção na internet). A política da companhia, segundo Machini, é investir o lucro em inovação, inclusive com o desenvolvimento de laboratório dedicados à elaboração de produtos. Ao corretor, ele sugere: “Faça a oferta primeiro antes que o cliente o procure”.

Changes in the market and consumption

Executives of the largest Brazilian insurers were protagonists of the panel "Innovation and Challenges in the Insurance Market". The impact of technological tools, the consequences of changes in consumer behavior and the role of the broker in these scenarios were some of the topics addressed, at the invitation of the moderator of the debate, Maria Filomena Branquinho, president of Sincor-MG.

In the view of HDI president Murilo Riedel, the main challenge of the segment is to promote the adequate delivery of the products. Riedel suggests that insurers offer alternative insurance with guarantees. He mentioned, for example, the protection of low-value vehicles, "a good opportunity for the broker." Anyway, the president of HDI has no doubts about the role of the professional as the main channel of distribution of the companies.

For Gabriel Portela, president of Sul América Seguros, "there are no insurers without the broker." According to Portela, it is necessary to use technology as a tool to the broker to sell more. He added: "We are together in the fight against the marginal market." The executive defends equality of conditions in the operation of the businesses in strict compliance with the law.

"The distribution of our products is 100% made through the insurance broker," said the president of Tokio Marine, José Adalberto Ferrara. The executive reinforced the insurer's concern about technology, investing \$ 100 million each year, and training professionals for their digital inclusion. "Direct selling has never been in our plans," he said.

Fernando Grossi, executive director of Sompo Seguros, emphasized the company's central objective of seeking the development of new products, with a focus on retailing. Sompo is revamping its portfolio and launching new products in the market. As for the fight against the marginal market, Grossi thinks this is a "very big challenge". He added: "Together we are stronger than these associations."

The executive director of production of Porto Seguro, Rivaldo Leite, acknowledged that the car was responsible for the company's livelihood for many years. "But now, it can not be the only way to support the broker," he warns. With the diversification of the market in recent times, Rivaldo sees an attractive horizon for the consumer to work and continue being a professional indispensable to the sector.

Marcos Machini, Liberty Seguros's commercial vice president, highlighted megatrends in terms of innovation - globalization, connectivity, experience economy, sharing and immediacy - allied to speed (cost of production on the internet). The company's policy, according to Machini, is to invest profit in innovation, including the development of laboratory dedicated to the elaboration of products. To the broker, he suggests: "Make the offer first before the customer looks for it."

"The technology changes the world quickly and we



Mais de mil pessoas circularam no recinto de exposição do Center Convention: networking de corretores com as seguradoras
Over thousand people circulated in the Center Convention exhibition grounds: broker networking with insurers

“A tecnologia muda o mundo rapidamente e precisamos estar atentos a isso”, enfatizou o diretor Comercial do Canal Corretor da Mapfre Seguros, Hamilton Torres. O executivo alertou um fato incontestável: a forma de se locomover já não é mais a mesma. “Em São Paulo e outras capitais, os patinetes estão concorrendo com o automóvel, enquanto as pessoas fazem compras de supermercado pelo aplicativo”, afirmou. De qualquer forma, Torres acredita que o corretor não pode perder sua “essência”, ou seja, a de vender utilizando a tecnologia a seu favor. Por último, na análise do diretor da Bradesco Seguros, Leonardo Freitas, o mercado está mudando em matéria de risco e do comportamento do consumidor, que busca novas experiências. “O nosso setor foi o único que cresceu na casa dos dois dígitos, mesmo no auge de crise econômica. Em 2018, devolvemos R\$ 2 bilhões à sociedade em forma de resgate de patrimônio”, frisou.

O 1º Congregor foi complementado com a palestra do consultor Silvio Eduardo Andrade sob o tema “A Velocidade da Transformação e os Caminhos para Inovar”. “É preciso reservar um tempo para pensar o futuro, o novo, o amanhã e não apenas ficar resolvendo problemas de ontem ou o que temos para fazer hoje. Aconselho o corretor a experimentar o relacionamento digital com o seu cliente”, aconselhou. No último painel do congresso, corretores empresários e bem-sucedidos em seu negócio (DUILLY CICARINI, da Velo Seguros, Boris Ber, da Asteca Seguros e ROGÉRIO ARAÚJO, da TGL Consultoria) apresentaram cases de sucesso. “Os resultados em termos de participação deste 1º Congregor nos garantem que estamos no caminho certo”, animou-se a anfitriã Maria Filomena Branquinho.

need to be attentive to that,” emphasized Mapfre Seguros Channel Director Comercial, Hamilton Torres. The executive warned an indisputable fact: the way of getting around is no longer the same. “In São Paulo and other capitals, scooters are competing with the automobile, while people make supermarket purchases through the application,” he said. Anyway, Torres believes that the broker can not lose its “essence”, that is, to sell using the technology in its favor.

Finally, in the analysis of the commercial director of Bradesco Seguros, Leonardo Pereira de Freitas, the market is changing in terms of risk and consumer behavior, which seeks new experiences. “Our industry was the only one that grew up in the double digits, even at the height of the economic crisis. In 2018, we returned R \$ 2 billion to the company in the form of equity redemption,” he stressed.

The 1st Congregor was complemented with the talk of the consultant Silvio Eduardo Andrade under the theme “The Speed of Transformation and the Paths to Innovate”. “You have to take the time to think about the future, the new, the tomorrow, and not just solving yesterday’s problems or what we have to do today. I advise the broker to try out the digital relationship with his client.” (DUILLY CICARINI, Velo Seguros, Boris Ber, Asteca Seguros and ROGÉRIO ARAÚJO, from TGL Consultoria) presented cases of success. “The results in terms of the participation of this 1st Congress assured us that we are on the right track,” was encouraged host Maria Filomena Branquinho.

Reflexões pontuam oportunidades e ameaças

Diretora-executiva do Grupo Pasi, Fabiana Resende acredita que o 1º Congregor atingiu as expectativas em termos de qualidade e público, ao reunir corretores de várias regiões do Brasil. "Muitos profissionais nos visitaram, interessados no nosso modelo de negócio", ressaltou. Fabiana crê na mudança do panorama econômico, a partir de agora, com a reforma trabalhista e a aprovação da reforma da Previdência. "Tais reformas irão atrair novas oportunidades e investimentos para o mercado", garantiu.

Diretor Comercial Varejo da Tokio Marine, José Luís da Silva, elencou três reflexões sobre o congresso: o fenômeno das cooperativas, que exige uma compreensão do corretor e das seguradoras e a forma ideal de combatê-las, o universo da venda além do produto automóvel e o reforço da parceria entre os profissionais e as companhias. "Não dá mais para falar em venda direta e que o corretor vai desaparecer do mercado", ressaltou José Luís. Já o vice-presidente da Mitsui Sumitomo Seguros, Hélio Kinoshita, cumprimentou os organizadores do evento e ressaltou o fato de a iniciativa favorecer companhias que iniciam um trabalho no Centro-Oeste e em Minas Gerais. "Mantivemos contatos muito interessantes com os corretores", revelou. Participantes de painel específico no Congresso, executivos ressaltaram que o encontro promoveu a união dos professores no universo das seguradoras e a necessidade de combater as associações de proteção veicular. "Os debates estimularam reflexões e provocações diversas", salientou Leonardo Freitas, diretor comercial da Bradesco Seguros. Ele espera que as insurtechs tragam soluções em termos de precificação, marcando presença num mercado "desocupado", ou preenchido pelas cooperativas. Rivaldo Leite, diretor executivo de produção da Porto Seguro, entende que a grande reflexão concentrou-se na atividades das associações de proteção veicular. "De tempos em tempos aparecem novas ameaças. Algumas delas podemos conter, outras, não. Mas os horizontes do mercado são grandes e há outras perspectivas de atuação".

Reflections punctuate opportunities and threats

Executive director of the Pasi Group, Fabiana Resende believes that the 1st Congregor has met expectations in terms of quality and public, by bringing together brokers from various regions of Brazil. "Many professionals visited us, interested in our business model," he said. Fabiana believes in the change of the economic scenario, from now on, with the labor reform and the approval of the pension reform. "Such reforms will attract new opportunities and investments into the market," he said.

Retail Commercial Director of Tokio Marine, José Luís da Silva, presented three reflections on the congress: the phenomenon of cooperatives, which requires an understanding of the broker and insurers and the ideal way to combat them, the universe of selling besides the automobile product and strengthening the partnership between professionals and companies. "We can no longer talk about direct selling and the broker will disappear from the market," said José Luís. Mitsui's vice president, Hélio Kinoshita, congratulated the organizers of the event and emphasized that the initiative favored companies who started work in the Midwest and Minas Gerais. "We kept very interesting contacts with brokers," he said.

Participants in a specific panel in Congress, executives stressed that the meeting promoted the union of teachers in the universe of insurance companies and the need to combat vehicle protection associations. "The debates stimulated reflections and various provocations," said Leonardo Freitas, commercial director at Bradesco Seguros. He expects insurtechs to bring solutions in terms of pricing, marking a presence in an "unoccupied" market, or filled by cooperatives. Rivaldo Leite, Porto Seguro's executive director of production, understands that the great reflection focused on the activities of vehicle protection associations. "From time to time new threats appear. Some of them we can contain, others we can not. But the horizons of the market are great and there are other prospects for action."

Sejam
bem-vindos

nextel

Estamos orgulhosos em tê-los
como nossos parceiros.

ike
Assistência®

Insurtech Brasil 2019 discute inovação no setor

Insurtech Brasil 2019 discusses innovation in the sector

A terceira edição do evento foi realizada dia 25 de abril, em São Paulo. Organizado pela Conexão Fintech e idealizado por José Prado, reuniu startups nacionais e internacionais que desenvolvem projetos para o mercado de seguros, seguradoras e investidores para debater o futuro do setor. O encontro mostrou um mapeamento de quem são e como estão inovando as startups insurtechs. "Principal evento de insurtechs da América Latina, reunimos pioneiros, inovadores do setor, ícones de negócios, investidores e acima de tudo, empreendedores que estão na vanguarda dessa transformação global pela qual o mercado está passando. Todos esses renomados palestrantes representam uma diversidade de ideias e têm um objetivo em comum: inspirar soluções criativas para os problemas do mercado", avalia Prado.

O objetivo do encontro também é promover networking, efetivação de negócios e novas parcerias. Seguradoras, distribuidores, corretores, empresas de tecnologia, órgãos reguladores e consultorias tiveram a oportunidade de interagir com as startups e fazer negócios.

Este ano o evento contou com palestrantes internacionais como Josep Celaya, responsável pelas iniciativas de inovação na Mapfre, Ali Safavi, da área de insurtechs na Plug and Play e cases de startups internacionais, como Bsurance, da Áustria, 123Seguro da Argentina, Jooycar do Chile e Glassbox de Israel.

Os debates abordaram o futuro do seguro e de como o mercado pode aprender com startups de sucesso. Com a participação da Creditas, uma das maiores fintechs do país, um dos debates fez uma reflexão de como a inteligência artificial mudará o seguro, a tecnologia influenciará a distribuição no setor e como gerar negócios a partir disto. O Forum CEO, promoveu um debate entre Luis Gutiérrez, CEO da BB Mapfre Seguros e Delphine Maisonneuve, CEO da AXA. Os executivos falaram como são os processos de inovação dentro de suas companhias e como enxergam a importância das startups nesse caminho.



Delphine Maisonneuve (esq.), CEO da AXA e Luis Gutiérrez (centro), CEO da BB Mapfre, participam de painel

Delphine Maisonneuve (left), AXA's CEO and Luis Gutiérrez (center), BB Mapfre's CEO, participate in panel

The third edition of the event was held on April 25, in São Paulo. Organized by Conexão Fintech and idealized by José Prado, it brought together national and international startups who are developing projects for the insurance market, insurance companies and investors to discuss the future of the sector. The meeting showed a mapping of who and how insurtechs startups are innovating. "The main insurtechs event

in Latin America, we bring together pioneers, industry innovators, business icons, investors and above all, entrepreneurs who are at the forefront of this global transformation that the market is going through. All these renowned speakers represent a diversity of ideas and have a common goal: to inspire creative solutions to the problems of the market," says Prado.

The purpose of the meeting is also to promote networking, business effectiveness and new partnerships. Insurers, distributors, brokers, technology companies, regulators and consultants had the opportunity to interact with startups and do business.

This year's event featured international speakers such as Josep Celaya, responsible for innovation initiatives at Mapfre, Ali Safavi, insurtechs at Plug and Play and cases from international startups such as Bsurance, Austria, Argentina Insurance, Jooycar Chile and Glassbox of Israel.

Debates have addressed the future of insurance and how the market can learn from successful startups. With the participation of Creditas, one of the largest Fintechs in the country, one of the debates reflected on how artificial intelligence will change insurance, technology will influence distribution in the sector and how to generate business from it. The CEO Forum held a debate between Luis Gutiérrez, CEO of BB Mapfre Seguros and Delphine Maisonneuve, CEO of AXA. The executives talked about how the processes of innovation within their companies are and how they see the importance of startups in this way.

Democratizar o acesso ao seguro

Popularize access to insurance

Insurtechs idealizam soluções diferenciadas e mudam a forma como o cliente escolhe o seu tipo de proteção
Insurtechs idealize special solutions and change the way the customer chooses their type of protection

Por/by: Carlos Pacheco

Oferecer uma experiência 100% digital ao consumidor ao exibir um mix de produtos sob medida às suas necessidades é o foco principal da Thinkseg, criada em 2016 no formato de insurtech, e que atua em parceria com grandes companhias. O CEO e fundador da empresa, André Gregori, vislumbra um cenário positivo para 2019, a partir de uma constatação inequívoca: startups que operam o setor democratizam o acesso ao



Gregori: “Testamos inovações para atender às seguradoras e aos consumidores por meio da tecnologia”

Gregori: "Through technology we test innovations to serve consumers and insurers."

seguro. Na análise de Gregori, as companhias, ao longo dos últimos anos, vêm aderindo às inovações propostas pelas insurtechs, que idealizam soluções diferenciadas e mudam a forma como o cliente contrata o seu seguro.

“Somos um canal de disrupção e laboratório. Testamos inovações para atender às seguradoras e aos consumidores por meio da tecnologia”, complementa Gregori. Se, por um lado, há um grau de dificuldade para as companhias criarem novos produtos, o mesmo não acontece com as insurtechs, ao detectar melhores e atrativas opções de seguros, orientando o consumidor na escolha dos mais adequados.

Em relação ao papel do corretor nesse cenário, o CEO da Thinkseg acredita que o profissional está menos “refratário” e cada vez mais aberto ao uso dos canais digitais. Na sua visão, a antiga ideia de que o corretor irá desaparecer neste novo contexto está definitivamente superada. Ao contrário: “ele irá mudar a sua postura”.

A empresa dirigida por Gregori investe em estruturas de *backoffice* e *front-end*. Além disso, propõe o “reempacotamento” de produtos com novas características, cujas melhorias, segundo ele, precisam ser constantes. A estratégia da Thinkseg apoia-se na inversão da cadeia que existe no mercado, ou seja, primeiro avalia os desejos e necessidades do consumidor e depois cria produtos customizados junto com as seguradoras. Este é um desenho do qual a Thinkseg não abre mão: trilhar na era do consumidor digital.

Created in 2016 in the format of insurtech, and working in partnership with large companies, Thinkseg's main focus is to offer a 100% digital consumer experience by displaying a mix of products tailored to their needs. The CEO and founder of the company, André Gregori, envisions a positive scenario for 2019, from a precise conclusion: startups operating the sector democratize access to insurance. In Gregori's

analysis, companies over the last few years have been embracing innovations proposed by insurtechs, who devise differentiated solutions and change the way the customer hires their insurance.

“We are a laboratory and a channel of disruption. We have tested innovations to meet insurers and consumers through technology,” adds Gregori. If, on the one hand, there is a degree of difficulty for companies to create new products, the same does not happen with insurtechs, when detecting better and attractive insurance options, guiding the consumer in choosing the most appropriate ones.

About the role of the broker in this context, the CEO of Thinkseg believes that the professional is less resilient and increasingly open to the use of digital channels. In his view, the old idea that the broker will disappear in this new context is definitely outdated. On the contrary: “it will change your posture”.

The company run by Gregori invests in backoffice and front-end structures. In addition, it proposes the “repackaging” of products with new characteristics, whose improvements, according to him, need to be constant. Thinkseg's strategy is to reverse the chain that exists in the market, that is, it first assesses consumer wants and needs and then creates customized products with insurers. This is a design that Thinkseg does not give up: treading the age of the digital consumer.

Dia do Ouvidor e Dia Internacional do Consumidor

Ombudsman Day and International Consumer Day

Promovida pela Confederação das Seguradoras (CNseg), a 5ª Celebração do Dia do Ouvidor e Dia Internacional do Consumidor, reuniu lideranças do setor para avaliar avanços e desafios da relação de consumo. Participaram dos debates Márcio Coriolano, presidente da CNseg, Solange Beatriz Palheiro Mendes, diretora de Relações de Consumo e Comunica-



Promoted by the Confederation of Insurers (CNseg), the 5th Celebration of the Day of the Ombudsman and International Consumer Day, brought together industry leaders to assess advances and challenges of the consumption relationship. The meeting was attended by Márcio Coriolano, president of CNseg, Solange Beatriz Palheiro Mendes, director of Consumer Relations

and Communication of CNseg, Luciano Benetti Timm, secretário nacional de Defesa do Consumidor (Senacon), Simone Sanches Freira, diretora de Fiscalização da Agência Nacional de Saúde Suplementar (ANS), além de lideranças, ouvidores de seguros, representantes do Governo Federal, Procons, órgãos de supervisão do mercado e de saúde suplementar.

Márcio Coriolano lembrou as ações do Programa de Educação em Seguros promovido pela entidade, com conteúdos que resultam o conhecimento dos fundamentos e produtos para melhorar o poder de escolha do consumidor. "Com informações qualificadas e estruturadas, todos ganham", declarou. Solange Beatriz, destacou o papel dos ouvidores em dar voz aos segurados e efetividade a ações de proteção ao consumidor. "Lançamos o livreto Canais de Atendimento do Programa de Educação em Seguros e desde 2015, fazemos os Colóquios de Proteção do Consumidor de Seguros pelo Brasil", informou.

"É um momento de "desjudicializar" sem precarizar direitos", disse Luciano Timm. Segundo ele, a judicialização gera gastos extraordinários. O secretário enfatizou que o acesso à ordem jurídica justa compreende mais do que somente o acesso ao Judiciário, abrange também os mecanismos alternativos adotados pelas empresas, como negociação, mediação e conciliação nas ouvidorias e na plataforma Consumidor.gov. Simone Sanches Freira, diretora de Fiscalização da Agência Nacional de Saúde Suplementar (ANS), assinalou que as ouvidorias se tornaram estratégicas. "As operadoras dos planos de saúde amadureceram muito nos últimos anos. A Ouvidoria tem servido como um mecanismo de gestão aprimorado e tem nos ajudado a fazer um trabalho cada vez melhor", destacou a reguladora.

and Communication of CNseg, Luciano Benetti Timm, National Secretary of Consumer Protection (Senacon), Simone Sanches Freira, supervisory director of the National Agency of Supplementary Health (ANS), in addition to leaderships, insurance ombudsmen, representatives of the Federal Government, Procons, market supervision and supplementary health authorities.

Márcio Coriolano recalled the actions of the Insurance Education Program promoted by the entity, with contents that result in the knowledge of fundamentals and products to improve consumer choice. "With qualified and structured information, everyone wins," he said. Solange Beatriz, highlighted the role of the ombudspersons in giving voice to the insured and effectiveness to actions of protection to the consumer. "We have launched the Booklet of Assistance for the Insurance Education Program and since 2015 we have held the Consumer Insurance Protection Colloquia for Brazil," he said.

"It's a time to" misjudge "without precarious rights," said Luciano Timm. According to him, the judicialization generates extraordinary expenses. The secretary emphasized that access to the fair legal system comprises more than just access to the judiciary, it also covers the alternative mechanisms adopted by companies, such as negotiation, mediation and conciliation in the ombudsmen and on the platform Consumidor.gov. Simone Sanches Freira, supervisory director of the National Supplementary Health Agency (ANS), pointed out that the ombudsmen have become strategic. "The health plan operators have matured a lot in recent years. The Ombudsman's Office has served as an improved management mechanism and has helped us do an increasingly better job," pointed out the regulator.

Camaracor elege nova diretoria

Camaracor elects new board of directors



A Câmara dos Corretores de Seguros do Estado de São Paulo (Camaracor), realizou Assembleia Geral Ordinária em 25 de março e anunciou os nomes dos membros da diretoria, eleitos para a gestão 2019-2022.

Pedro Barbato Filho, presidente reconduzido, enfatizou que a ideia de constituir a Câmara prosperou após alguns encontros informais promovidos, quinzenalmente por corretores de seguros que tinham em mente construir e edificar um grupo de profissionais fundamentado na ética e na moral. “Em plena atividade, a entidade iniciou uma caminhada a passos largos rumo ao agrupamento de profissionais do setor, para atingir seus ideais junto ao mercado”, destaca.

Entre os principais objetivos da Câmara estão: representar, defender e fortalecer seus associados; promover estudos e aplicações de medidas, buscando o desenvolvimento e a melhoria das atividades dos seus associados; atividades culturais, recreativas e companheirismo entre seus associados.

The Chamber of Insurance Brokers of the State of São Paulo (Camaracor) held an Ordinary General Meeting on March 25 and announced the names of the members of the board of directors, elected for the 2019-2022 management.

Pedro Barbato Filho, the reappointed president, emphasized that the idea of setting up the Chamber prospered after some informal meetings held every fortnight by insurance brokers who had in mind to build and build a group of professionals based on ethics and morals. "In full activity, the entity began a strenuous journey towards the grouping of professionals in the industry, to reach their ideals with the market," he says.

Among the main objectives of the Chamber are: to represent, defend and strengthen its members; promote studies and applications of measures, seeking the development and improvement of the activities of its members; cultural activities, recreation and fellowship among its members.

Membros eleitos/Elected members:

Pedro Barbato Filho, presidente/president
 Bráz Romildo Fernandes, vice-presidente/vice-president
 Nilson Arello Barbosa, diretor-tesoureiro/director-treasurer
 José Valdecyr Saoncella, diretor-secretário/director-secretary
 José Roberto Miranda, diretor social/social director
 Jorge Teixeira Barbosa, diretor de eventos/event director
 Josafá Ferreira Primo, diretor de comunicação/communication director
 Felipe Galesco, diretor jurídico/legal director
 Jocimar de Carvalho, diretor de benefícios/benefits director
 Luciano da Conceição Basílio, diretor de marketing/marketing director
 Paulo de Tarso Meinberg, ouvidor/ombudsman

ENTIDADES

ACONSEG-SP

A Aconseg-SP promoveu no Terraço Itália em São Paulo, almoço dia 11 de abril tendo como convidada a Bradesco Seguros. O presidente da companhia, Vinicius Albernaz, que estava acompanhado de executivos da seguradora, dirigiu-se pela primeira vez aos dirigentes das assessorias sobre a importância da parceria com a companhia. O presidente ressaltou o relacionamento com os corretores de seguros por meio das assessorias. "Como temos diferentes produtos, é favorável que a distribuição seja feita em diferentes canais e o corretor que tem essa relação com o cliente é nosso principal canal de distribuição". Se comprometeu em valorizar cada vez mais o relacionamento com as assessorias. Para Marcos Colantonio, presidente da Aconseg-SP, a parceria é essencial. "Dessa maneira cada assessoria pode oferecer a melhor solução para o corretor e assim, o relacionamento com o cliente final, será cada vez mais afinado".



phased the relationship with the insurance brokers through the advisory services. "As we have different products, it is favorable that the distribution be made in different channels and the broker who has this relationship with the customer is our main channel of distribution." It has committed itself to increasing its relationship with the advisory services. For Marcos Colantonio, president of Aconseg-SP, partnership is essential. "In this way each advisory can offer the best solution for the broker and thus, the relationship with the final customer, will be more and more refined."

AMMS

A Associação das Mulheres do Mercado de Seguros (AMMS) promoveu em São Paulo, o talk show "Mercado de Resseguros – 11 anos depois", em comemoração ao 11º aniversário da abertura do mercado de resseguros. O encontro promoveu um debate sobre as principais mudanças ocorridas desde a abertura do mercado em 2008 até os dias atuais, sendo mediadora Margo Black, presidente da entidade.



Participaram Ângelo Colombo, CEO da AGCS América do Sul, Antônio Trindade, CEO da Chubb e presidente da Federação Nacional de Seguros Gerais (FenSeg), Paula Lopes, diretora Executiva de placement na Marsh Brasil & Bowring Marsh, Ida Patrícia de Sá, risk manager na Embraer, Júlia Santoro de Camargo Donato, sócia do DR&A Advogados e Maria Elena Bidino, consultora independente e conselheira da AMMS.

The Association of Women in the Insurance Market (AMMS) promoted the talk show "Reinsurance Market - 11 years later" in São Paulo, in commemoration of the 11th anniversary of the opening of the reinsurance market. The meeting promoted a debate on the main changes that have taken place since the opening of the market in 2008 to the present,

with Margo Black, the company's president, mediator. Angelo Colombo, CEO of AGCS South America, Antônio Trindade, CEO of Chubb and president of the National Federation of General Insurance (FenSeg), Paula Lopes, Executive Director of placement in Marsh Brasil & Bowring Marsh, Ida Patrícia de Sá, risk manager at Embraer, Júlia Santoro de Camargo Donato, a partner at DR&A Advogados and Maria Elena Bidino, an independent consultant and adviser at AMMS.

ABECOR-RE

A Associação Brasileira das Empresas de Corretagem de Resseguros (Abecor) promoveu a primeira etapa do Torneio Abecor de Golfe. O encontro entre profissionais do mercado segurador e ressegurador ocorreu no Campo Olímpico de Golfe, na Barra da Tijuca, Rio de Janeiro.



Após a partida, os convidados participaram de uma confraternização no Club House com entrega de troféus para os vencedores. "É um momento prazeroso para reunir amigos, fazer novas amizades e ter a oportunidade de jogar no campo de golfe oficial que sediou os Jogos Olímpicos do Rio de Janeiro", afirmou Roberto da Rocha Azevedo, presidente da entidade.

trophies for the winners. "It is a pleasant time to gather friends, make new friends and have the opportunity to play in the official golf course that hosted the Olympic Games in Rio de Janeiro," said Roberto da Rocha Azevedo, president of the organization.

ACONSEG-SP

Aconseg-SP promoted in the Terraço Italia in São Paulo, lunch on April 11 with Bradesco Seguros as guest. The company's president, Vinicius Albernaz, who was accompanied by executives of the insurer, addressed for the first time to the directors of the advisers on the importance of the partnership with the company. The president em-

AMMS

ABECOR-RE

The Brazilian Association of Reinsurance Brokerage Companies (Abecor) promoted the first stage of the Abecor Golf Tournament. The meeting between insurance and reinsurance professionals took place at the Olympic Golf Course in Barra da Tijuca, Rio de Janeiro.

CVG-SP

Nilton Molina, presidente do Conselho de Administração da Mongeral Aegon Seguros e Previdência, foi convidado para o almoço do CVG-SP, presidido por Silas Kasahaya para apresentar os impactos da reforma da Previdência Social na sociedade e frente aos negócios de seguro de vida e previdência complementar. Molina acredita que independente dos rumos da reforma, estes segmentos deverão liderar o crescimento do setor nos próximos 20 anos e declarou que, por enquanto, o setor não deve criar expectativas. "A reforma da Previdência não vai colocar diretamente nenhum centavo no bolso do segurador ou do corretor de seguros. Não é por causa da reforma que vamos vender mais". Ele acredita que o Brasil não irá 'quebrar' se a reforma não for realizada. "O país não, mas os estados e municípios podem quebrar". Kasahaya acrescentou: "O país não vai quebrar. Mas, com certeza, a economia será sufocada".



CVG-SP

Nilton Molina, Chairman of the Board of Directors of Mongeral Aegon Seguros e Previdência (Insurance and social security), was invited to lunch at the CVG-SP, chaired by Silas Kasahaya to present the impacts of the Social Security reform on society and in relation to the life and pension insurance business complementary. Molina believes

that regardless of the direction of the reform, these segments should lead the growth of the sector in the next 20 years and stated that, for now, the sector should not create expectations. "The pension reform will not put any penny directly into the pocket of the insurer or the insurance broker. It is not because of the reform that we are going to sell more." He believes that Brazil will not 'break' if reform is not carried out. "The country does not, but states and municipalities can break." Kasahaya added: "The country will not break. But, of course, the economy will be stifled".

APTS

A análise do risco técnico de barragens desde o projeto e a adequação do Seguro de RC foi um dos temas do seminário "Seguros e Gestão de Riscos para Barragens", em São Paulo, no dia 26 de abril. O evento foi promovido pela Associação Paulista de Técnicos de Seguro (APTS) em parceria com a Associação Brasileira de Gerência de Riscos (ABGR) e Escola Nacional de Seguros (ENS). Na palestra inicial, o advogado e consultor em seguros e resseguro, Walter Polido (foto), avaliou se os riscos das barragens são, de fato, objeto de atenção dos subscritores das áreas de *property* e de RC e se podem ser aceitos em face dos sistemas de prevenção de danos. Em seguida, o engenheiro Marcos Siqueira Moura abordou o tema "Os riscos de barragens: do projeto à confiabilidade", comentando sobre as práticas de análise dos riscos de barragens e os respectivos modelos de gestão.



APTS

The dams technical risk analysis since the project and the RC Insurance adequacy is one of the themes of the "Insurance and Risk Management for Dams" seminar held in São Paulo, on April 26. The event was promoted by the Insurance Technicians Association from São Paulo (APTS) in partnership with the Brazilian Association of Risk Management

(ABGR) and the National School of Insurance (ENS). In his opening speech, the lawyer and insurance and reinsurance consultant, Walter Polido (photo), assessed whether the risks of the dams are in fact the object of attention by Property and Civil Liability underwriters and can be accepted in face of damage prevention systems. Then, the engineer Marcos Siqueira Moura addressed the theme "The risks of dams: from project to reliability", commenting the analysis practices on the dams risks and the respective models of management.

Lloyd's Meet the Market 2019

O 8º Encontro Lloyd's Meet The Market realizado pelo Lloyd's dia 10 de abril no Rio de Janeiro, contou com a presença de 10 sindicatos associados e 230 convidados do mercado local de seguros e resseguro. Marco Castro, presidente do Lloyd's no Brasil, fez a abertura do evento que este ano contou com painéis técnicos. ANV coverholder do sindicato AmTrust fez uma apresentação sobre Linhas Financeiras e Seguro de M&A, o sindicato da Beazley falou sobre 'Specialty Lines' e o sindicato Starr encerrou com atualização do mercado de D&O no Brasil e América Latina.

Os representantes do mercado de seguros e resseguro tiveram a oportunidade de interagir com subscritores do Lloyd's com a recriação da tradicional Sala de Subscrição. Lloyd's no Brasil é licenciado como ressegurador admitido, possui um escritório de representação no Rio de Janeiro e poderá ampliar sua presença no país. Os subscritores do Lloyd's podem subscrever todas as classes de resseguro, exceto para seguro de vida por sobrevivência e previdência complementar.



The 8th Lloyd's Meet The Market held by Lloyd's on 10 April in Rio de Janeiro was attended by 10 associated syndicates and 230 guests from the local insurance and reinsurance market.

Marco Castro, president of Lloyd's in Brazil, made the opening of the event that this year had technical panels. ANV syndicate coverholder AmTrust gave a presentation on Financial Lines and M & A Insurance, the Beazley syndicate spoke about 'Specialty Lines' and the Starr syndicate ended with an upgrade of the D&O market in Brazil and Latin America. Representatives from the insurance and reinsurance market had the opportunity to interact with Lloyd's subscribers by recreating the traditional Subscription Room. Lloyd's in Brazil is licensed in the country as a reinsurer admitted, it has a representative office in Rio de Janeiro and may expand its presence in the country. Lloyd's subscribers may subscribe for all classes of reinsurance, except for survival and supplementary pension insurance.

Lloyd's Meet the Market 2019

Pesquisa de 'Longeratividade'

Divulgada durante o segundo 'Diálogos da Longevidade' promovida pela Bradesco Seguros, o estudo do Instituto Locomotiva fez um raio-x dos comportamentos da geração com mais de 50 anos. O objetivo é discutir os impactos de um tema cada vez mais abordado para a vida de todos: a longevidade.

O evento contou com a participação de Renato Meirelles, presidente do Instituto Locomotiva e do Dr. Alexandre Kalache, gerontólogo e presidente do ILC (Centro Institucional da Longevidade). O estudo 'Longeratividade' identificou quem são os brasileiros 50+, como eles se comportam fase e se relacionam com questões financeiras, mapeando hábitos tecnológicos, saúde, lazer e profissão, além de avaliar o grande potencial de consumo deste público.



Research on 'Long-term'

Published during the second 'Dialogues of Longevity' promoted by Bradesco Seguros, the Locomotiva Institute study conducted an x-ray of the behavior of the generation with more than 50 years. The objective is to discuss the impacts of a theme increasingly addressed to everyone's life: longevity.

The event was attended by Renato Meirelles, president of the Locomotive Institute and Dr. Alexandre Kalache, gerontologist and president of ILC (Longevity Institutional Center). The study 'Long-term' identified who are the 50+ Brazilians, how they behave phase and relate to financial issues, mapping technological habits, health, leisure and profession, in addition to assessing the great potential of consumption of this public.



**INVESTIR
NO FUTURO,
EXIGE CONHECER
O PRESENTE.**

A ENGEVAL Engenharia de Avaliações é uma empresa que atua em todo o território nacional e América Latina prestando serviços de Avaliação Patrimonial e Reorganização do Ativo Imobilizado. Além da experiência acumulada e do alto padrão de serviços prestados ao longo de seus 43 anos de atuação, a ENGEVAL oferece toda a tecnologia e experiência mundialmente desenvolvida, pelo nosso grupo ArcaLaudis - Global Network of International Valuers and Loss Assessors.

Entre os principais serviços podemos mencionar: **Avaliações para fins de venda, compra, fusão, cisão, seguro** (Renovação de apólice), **Avaliação para fins contábeis** (Lei 11638/07 CPC 01 e CPC 27) e **Avaliações de intangíveis** (econômico-financeira e marca).

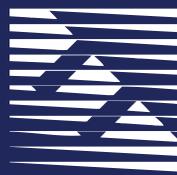
A ENGEVAL realiza também o trabalho de **REORGANIZAÇÃO DO ATIVO IMOBILIZADO**.

Neste trabalho o contratante terá seus bens emplaquetados (plaquetas com códigos de barras) de forma padronizada e conciliados com seu cadastro contábil, mostrando, de fato, o que a empresa contratante possui de ativos. Este trabalho, além de propiciar uma adequada administração do ativo imobilizado, também é necessário para enquadramento em alguns aspectos da Lei 11638/07.

Avaliações e números corretos para análises precisas, estas são as razões de ser da ENGEVAL.

Associada ao TROOSTWIJK GROEP Europa, USA, Asia, Austrália e África. ASSET VALUATION SERVICES, INC - USA

Rua Jesuíno Arruda, 769 - 9°/13°/14° andares - CEP 04532-082 - Itaim Bibi
São Paulo - SP - Brasil - Fone (11) 3079-6944 - Fax (11) 3079-1409
info@engeval.com.br - www.engeval.com.br - www.arcaaudis.com



ENGEVAL[®]
ENGENHARIA DE AVALIAÇÕES
www.engeval.com.br

STARR

INSURANCE COMPANIES

1919 Cornelius Vander Starr founded American Asiatic Underwriters in Shanghai.

1927 American Asiatic Underwriters opened its headquarters at 17 The Bund, Shanghai.

SETTING THE RECORD STRAIGHT

1967

Starr's Maurice R. "Hank" Greenberg established AIG.

Greenberg streamlined operations to form American International Group, Inc. (AIG) as an umbrella organization for many of Starr's enterprises.

1969 Greenberg took AIG public with a market value of \$300 million.

1989 Greenberg met with Deng Xiaoping, the paramount leader of the People's Republic of China.

1990 Greenberg met with Zhu Rongji, former mayor of Shanghai and Premier of the People's Republic of China.

1992 Greenberg secured the first foreign life insurance license in China.

2018 Greenberg was awarded the China Reform Friendship Medal by Chinese President Xi Jinping.

Why does this matter? Because no other global insurance company shares our long history and comprehensive experience in China, an especially complex business market. Starr is the leading name in the insurance industry with the right knowledge and relationships to help companies succeed there. **Period.**

2019

Happy 100th Anniversary to Starr Insurance Companies.

PROPERTY / CASUALTY / ACCIDENT / AVIATION / MARINE

STARRCOMPANIES.COM

Starr Insurance Companies is a marketing name for the operating insurance and travel assistance companies and subsidiaries of Starr International Company, Inc. and for the investment business of C.V. Starr & Co., Inc. and its subsidiaries.