

revista

# INSURANCE CORP

ano V – edição 26 – set/out 2019 – R\$ 25,00

insurancecorp.com.br



## Inovação e pioneirismo

**AIG COMEMORA 70 ANOS NO BRASIL**

## Innovation and pioneering

**AIG CELEBRATES 70 YEARS IN BRAZIL**

Fabio Protasio Oliveira, CEO da AIG no Brasil

*Em entrevista exclusiva, deputado Lucas Vergílio defende regulamentação do mercado*  
*An exclusive interview, federal rep Lucas Vergílio advocates market regulation*

# POR TRÁS DE CADA HISTÓRIA, VOCÊ, CORRETOR.



Por trás de uma mãe que descobre o amor verdadeiro, do empresário que vira super-herói e do jovem que se formou doutor, **existe você, Corretor, que faz a diferença na vida dos Clientes.**

Assista às histórias da Tokio em sua homenagem:  
[youtube.com/TokioMarineCor](https://www.youtube.com/TokioMarineCor)

**12 de outubro**  
**Dia do Corretor de Seguros**

Corretor, Resolver  
começa com você.

Uma Seguradora  
completa pra  
você ir mais longe.



**TOKIO MARINE  
SEGURADORA**

NOSSA TRANSPARÊNCIA, SUA CONFIANÇA

# MENSAGEM AO MERCADO

## MESSAGE TO THE MARKET

### RECEITA PARA CRESCER

Organizações que caminham para um processo de longevidade demonstram sua capacidade de imprimir desenvolvimento em seu *modus operandi*, com a consequente conquista de mercado, e de reinventar-se face aos novos tempos. O avanço extraordinário da tecnologia, por exemplo, exige a adequação de procedimentos e novos produtos. A estratégica e arte de fazer bem o negócio consolida a posição da companhia em várias linhas de atuação no Brasil e no mundo.

Com larga experiência no setor de grandes riscos, a AIG completa 70 anos no Brasil e um século no mundo. Em nosso país, a empresa é sinônimo de inovação e pioneirismo exatamente pelo fato de operar sistemas de proteção diferenciados como D&O, M&A (Fusões & Aquisições), riscos ambientais e cibernéticos, entre outros. Em termos globais, a companhia está presente em 80 países. O setor de seguros pessoais compõe parte essencial de sua receita de mais de US \$ 47 bilhões.

O sucesso do trabalho da AIG, o seu leque de produtos e o futuro promissor para a próxima década foram objeto da matéria de capa de **Insurance Corp**. Como bem retrata o CEO da seguradora no Brasil, Fábio Oliveira: “Acompanhamos o desenvolvimento do Brasil ao longo desse período e temos orgulho em dizer que nossos produtos foram os escolhidos para assegurar grandes obras de infraestrutura que tornaram o país o que é hoje”. Essa pujança mereceu naturalmente destaque nesta edição.

A seção “Diálogo” foi o segundo destaque de IC. Entrevistamos com exclusividade o deputado federal Lucas Vergílio (SD-GO), que abordou sobre suas ações na Câmara Federal, e a ameaça latente das cooperativas de proteção veicular e os atuais desafios tecnológicos para o corretor de seguros. Como reportagem especial – até porque esta edição irá circular no 21º Congresso dos Corretores de Seguros, na Costa do Sauípe (BA) – o mercado de franquias em seguros, como oportunidade de empreendedorismo ao corretor. E, por último, nosso balanço da Conseguo 2019, que debateu temas atuais como educação financeira, infraestrutura, longevidade e regulação.

Boa leitura!

### A RECIPE FOR GROWTH

Organizations that move to a longevity process show their capacity to imprint development into its *modus operandi*, with the subsequent market conquest, and to reinventing itself facing the new times. The extraordinary advancement of technology, for instance, demands the adequacy of procedures and new products. The strategy and art of doing good business consolidates the position of the company in several acting lines in Brazil and in the world.

With a long experience in the high risks sector, AIG celebrates 70 years in Brazil, and a century worldwide. In our country, the company is synonym of innovation and pioneerism exactly by the fact that it operates differentiated protection systems, such as D&O, M&A, environmental and cybernetic risks, among others. In global terms, the company is present in 80 countries. The personal insurance segment makes essential part of its more than US\$ 47 billion revenue.

The success of AIG’s work, its product portfolio and promising future for the next decade were the theme of this **Insurance Corp** cover story. As the Brazilian CEO of the insurer Fábio Oliveira puts well: “we followed Brazil’s development through this period and are proud to say that our products were chosen to insure major infrastructure works that made the country what it is today”. This strength merited naturally highlight in this edition.

The “Dialogue” section was the second highlight of this edition of IC. We exclusively interviewed the federal congressman Lucas Vergílio (SD-GO), who discussed his actions in the Federal Chamber, and the latent threat of the vehicular protection cooperatives and the current technological challenges for the insurance broker. As a special feature – because this edition will circulate in the 21th Insurance Brokers Congress, in Costa do Sauípe (BA) – the insurance franchise market, as an opportunity of entrepreneurship to the broker. And, at least, our evaluation of the Conseguo 2019, that debated current themes, as financial education, infrastructure, longevity and regulation.

Good reading!

*André Pena*  
Publisher



- 6** **Diálogo / Dialogue**  
Em defesa de um mercado regulamentado  
In defense of a regulated market
- 12** **Empreendimento / Achievement**  
Ligação com o futuro exprime modernidade  
Connection with the future express modernity
- 14** **Congresso dos Corretores / Brokers Congress**  
Tudo pronto para um memorável evento  
All set for a memorable event
- 18** **Starr Companies**  
Presença em evento relevante  
Presence at relevant event
- 20** **ABGR**  
Evento com enfoque sustentável  
An event with a sustainable focus
- 24** **9ª Conseguro / 9th Conseguro**  
Na pauta, ênfase na sustentabilidade  
Sustainability emphasis on the agenda
- 26** **Capa / Cover**  
Setenta anos de inovação no Brasil  
Seventy years of innovation in Brazil
- 36** **Transportes / Cargo**  
LGPD e os riscos do operador portuário  
GDPL and port operator risks
- 38** **Roteiro / Script**  
Mais conhecimento sobre riscos de engenharia  
More knowledge about engineering risks
- 40** **Mercado / Market**  
Negócios atrativos no horizonte  
Attractive business in the horizon
- 42** **Expansão / Expansion**  
Resultados comprovam eficiência  
Results verify efficiency
- 43** **Negócio / Business**  
Acordo potencializa competitividade  
Agreement boosts competitiveness
- 44** **Palestra / Lecture**  
“Queremos mais concorrência no mercado”  
“We want more competition in the market”
- 48** **Especial**  
Nova forma de empreender exige empenho e conhecimento

**INSURANCE CORP**

Ano V - Edição 26 - set/out 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**Edição**Carlos Alberto Pacheco  
MTb 14.652 - SP  
pacheco@insurancecorp.com.br**Redação**Carlos Alberto Pacheco  
redacao@insurancecorp.com.br**Mídias Sociais**

Márcia Kovacs

**Tradução**Enrique Pena  
Paulo Noviello**Diagramação e Arte Final**Rodrigo Almeida  
rodrigo2008ca@gmail.com**Conselho Editorial**

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

 [insurancecorp.com.br](http://insurancecorp.com.br) /revista-insurance-corp /InsuranceCorp @InsuranceCorp**Tiragem:** 5 mil exemplares**Circulação:** Nacional e Internacional**Periodicidade:** Bimestral**INSURANCE CORP - Marca Registrada/INPI**

Publicação:

**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](mailto:redacao@insurancecorp.com.br)

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

# HELPING COMPANIES SUCCEED

A Starr Insurance Companies é uma organização global líder em seguros e investimentos, que oferece seguro comercial de propriedades e acidentes, incluindo cobertura de viagem e acidentes, para quase todos os negócios e indústrias imagináveis em quase toda parte do mundo.

Cornelius Vander Starr estabeleceu sua primeira agência de seguros em Xangai, China em 1919.

Hoje, a Starr é uma das organizações de seguros que mais cresce no mundo. Nossos experientes associados são capazes de subscrever em 124 países em 6 continentes.

**A Starr Brasil continua seu processo de expansão e novos produtos foram adicionados em sua carteira de negócios.**

Na Starr você poderá encontrar as melhores soluções e coberturas para:

#### LINHAS DE SEGUROS PROPERTY

- Riscos de Engenharia
- Riscos de Petróleo
- Riscos Nomeados e Operacionais

#### LINHAS FINANCEIRAS

- Responsabilidade Civil de Executivos – D&O
- Responsabilidade Civil Profissional – E&O

#### AERONÁUTICOS

#### TRANSPORTES

- Embarcador
- Transportador

#### RESPONSABILIDADE CIVIL GERAL

#### AMBIENTAL

#### SEGUROS DE PESSOAS

- Viagem
- Acidentes Pessoais
- Vida em Grupo

## STARR

INSURANCE COMPANIES

Para maiores informações, consulte nossa página na web: [www.starrcompanies.com](http://www.starrcompanies.com)  
ou contate-nos: (11) 4280-7900 | [atendimento@starrcompanies.com](mailto:atendimento@starrcompanies.com)

As coberturas aqui previstas correspondem a uma mera descrição das coberturas de seguro oferecidas. Tais descrições correspondem a mera informação de caráter geral e não representam disposições específicas quanto às coberturas de seguro disponíveis para contratação. Qualquer apólice de seguro aqui mencionada conterá limitações, exclusões e cláusulas de cancelamento de cobertura. Nem todas as coberturas de seguro aqui mencionadas estão disponíveis em todos os países. Para obter uma cotação e maiores detalhes quanto às coberturas específicas das apólices de seguro, por favor entre em contato com um dos nossos profissionais de seguros, via e-mail, conforme endereço fornecido acima.

# Em defesa de um mercado regulamentado

## In defense of a regulated market

Em entrevista exclusiva à **Insurance Corp**, o deputado federal Lucas Vergílio (SD-GO) fala sobre a ameaça latente das cooperativas de proteção veicular, os atuais desafios tecnológicos para o corretor de seguros e os projetos relacionados ao setor tramitando no Congresso Nacional.

**Insurance Corp – Quais são as consequências da decisão da Justiça Federal que declarou ilegal a atuação de sete associações de proteção veicular para o mercado brasileiro?**

**Lucas Vergílio –** Sem dúvida, esta decisão da Justiça Federal significa que tais associações foram tiradas do mercado, ainda que temporariamente. No entanto, este episódio tem um papel muito mais amplo na nossa guerra contra o mercado que atua à margem da lei, por vários fatores. Em primeiro lugar, a decisão da Justiça Federal ocorreu, em boa parte, como reflexo da consciência e proatividade, principalmente por parte dos corretores de seguros, em denunciar essas associações aos Sincors e à Fenacor. Estas, por sua vez, reforçaram as denúncias. No final do primeiro semestre, eu, como deputado e representante sindical, e o presidente da Fenacor, Armando Vergílio, denunciámos o problema diretamente aos ministros da Economia, Paulo Guedes, e da Justiça e Segurança Pública, Sérgio Moro, além da procuradora-geral da República, Raquel Dodge. A vitória obtida para a categoria evidencia que estamos no caminho certo – e assim devemos proceder –, pois nós estamos dentro da lei. Devemos continuar agindo incansavelmente pelo mercado devidamente regulamentado. Nós, que estamos na linha de frente da indústria do seguro, temos muito poder quando nos unimos de forma organizada. Outra consequência importante é que os defensores do mercado irregular receberam um sinal de que a Justiça Federal também está atenta sobre o modus operandi ilegal das associações de proteção veicular.

**IC – Como o senhor avalia o papel da Superintendência de Seguros Privados neste processo?**

**LV –** Como autarquia responsável por regulamentar e fiscalizar o setor de seguros, a Susep não tem medido esforços para acolher as denúncias e desmascarar as associações e cooperativas de proteção veicular. Com profissionais especializados neste

An exclusive interview granted to **Insurance Corp**, federal representative Lucas Vergílio (SD-GO) talks about the latent threat of vehicle protection cooperatives, the current technological challenges for the insurance broker, and the industry-related projects underway in the National Congress.

**Insurance Corp - What are the consequences of the Supreme Federal Court decisions that declared illegal the performance of seven vehicle protection associations in Brazilian market?**

**Lucas Vergílio -** Undoubtedly, the Federal Court decision means that such associations were excluded from the market, even temporarily. However, this episode plays a much broader role in our war against the market that operates outside the law, for several factors. First, the Federal Court's ruling was largely a reflection of conscientiousness and proactivity, particularly by insurance brokers, in reporting such associations to Sincors and Fenacor. These, in turn, reinforced the complaints. At the end of the first semester second quarter, being a congressman and union representative, and Fenacor's president, Armando Vergílio, denounced the problem directly to the ministers of Economy, Paulo Guedes, and Justice and Public Security, Sérgio Moro, along to the attorney general, Rachel Dodge. The victory obtained for the category shows that we are on the right track - and we must do so - because we are within the law. We must continue to act tirelessly through the properly regulated market. We, at the forefront of the insurance industry, have a lot of power when we come together in an organized manner. Another important consequence is that not regular market defenders have received a signal that

the Federal Court is also aware of the illegal modus operandi of vehicular protection associations.

**IC - How do you evaluate the Private Insurance Superintendence's role in this process?**

**LV -** As a body responsible for regulating and overseeing the insurance industry, Susep has made great efforts to accept the complaints and expose the vehicular protection associations and cooperatives. With professionals specializing in this



**Vergílio: “A Susep não tem medido esforços para acolher as denúncias e desmascarar as associações e cooperativas de proteção veicular”**

**Vergílio: “Susep has made great effort to welcome complaints and expose vehicular protection associations and cooperatives”**



tipo de operação, a superintendência tem tido sucesso em caracterizar atividades ilegais dessas empresas que vendem produtos que, embora tenham características semelhantes ao seguro, não obedecem às regras estabelecidas pela nossa legislação. Esse segmento adota vários subterfúgios para escapar do radar da Susep, mas esta, por sua vez, tem fechado o cerco e atuado com inteligência para frustrar estes grupos.

**IC – Apesar da decisão da Justiça, as associações de proteção veicular podem continuar representando um perigo iminente ao setor?**

LV – Apesar da importância dessa vitória, não podemos nos iludir sobre a força do mercado ilegal. Vimos recentemente seu poder de organização no caso das associações que tiveram a ousadia de fazer publicidade junto a grandes clubes de futebol do País. Prontamente os sindicatos se posicionaram e, além de denunciá-los aos órgãos competentes, alertaram aos dirigentes dos clubes esportivos sobre o risco que estavam correndo ao vincular sua imagem a uma atividade ilegal como a proteção veicular. Em outra frente, as associações também têm se vinculado com outros elementos nocivos e perigosos, inclusive com milícias e quadrilhas de roubos de carros. E, por fim, está migrando para outros ramos. Então, as associações continuam representando um perigo iminente ao setor e não podemos baixar a guarda nem o ritmo do nosso enfrentamento ao problema.

**IC – Em sua opinião, quais desafios o corretor precisa vencer quanto às inovações tecnológicas em sua atividade?**

LV – É inegável que as inovações tecnológicas mais recentes exigem muito do corretor. Em primeiro lugar, ele precisa entender realmente que, para se manter relevante, não pode agir como um vendedor de apólices. É preciso compreender que seu papel é mais amplo, como consultor, o que demanda mais estudo e atualização constante, tanto para modernizar a gestão do seu negócio, quanto em termos de interação com o cliente. A relação com o segurado também mudou e exige bem mais do que o contato apenas na hora de renovar o contrato, como muitos profissionais agiam até pouco tempo atrás. No futuro, alguns produtos serão comercializados parcialmente ou totalmente via web, mas ao mesmo tempo, essa nova tecnologia vem criando, junto à mudança de comportamento do consumidor, principalmente os mais jovens, novas demandas. O carro particular, por exemplo, em muitos países já não é mais o sonho de consumo do jovem, principalmente diante dos aplicativos de compartilhamento, o que vai impactar muito na dependência do seguro auto, a qual sustenta a indústria em muitos mercados. Na perspectiva da representação sindical, estamos, obviamente, atentos para defender, inclusive legalmente, os interesses da categoria frente a essas e outras mudanças do mercado que vão vir em resposta às transformações tecnológicas e comportamentais.

**IC – O fenômeno das insurtechs são uma ameaça ou oportunidade para a categoria?**

LV – A tecnologia é uma grande aliada, sobretudo para automatizar processos burocráticos – a maioria das insurtechs criadas obedece a este perfil. Para consulta de dados

type of operation, the superintendency has been successful in characterizing illegal activities of those companies that sell products that, although having similar characteristics to insurance, do not obey the rules established by our legislation. This segment adopts various subterfuges to escape Susep's radar, that in turn closed the siege and acted intelligently to thwart these groups.

**IC - Despite the Courts' ruling can vehicle protection associations continue to pose an imminent danger to the sector?**

LV - Despite the importance of this victory, we cannot delude ourselves about the strength of the illegal market. We have recently seen its organizational power in the case of associations that had the boldness to advertise with major football clubs in the country. The Unions promptly took a stand and, in addition to reporting them to the relevant bodies, warned sports club leaders about the risk they were taking when linking their image to an illegal activity such as vehicular protection. On another front, the associations have also been linked with other harmful and dangerous elements, including militias and car theft gangs. And finally, it is migrating to other branches. So associations continue to pose an imminent danger to the industry and we cannot let our guard down or the pace of our confrontation with the problem.

**IC - In your opinion, what challenges does the broker need to overcome regarding technological innovations in the sector?**

LV - It is undeniable that the latest technological innovations demand a lot from the broker. First, he must really understand that, to stay relevant, he cannot act as a policy seller. You need to understand that your role is broader as a consultant, which requires more study and constant updating, both to modernize your business management and in terms of customer interaction. The customer relationship has also changed and requires much more than contact just when renewing the contract, as many professionals acted until recently. In the future, some products will be marketed partially or completely via web, but at the same time, this new technology has created, along with changing consumer behavior, especially younger ones, new demands. The personal car, for example, in many countries, is no longer the young people's dream of consumption, especially in the face of sharing applications, which will greatly impact the dependence on auto insurance, which underpins the industry in many markets. From the perspective of Union representation, we are, of course, keen to defend, even legally, the interests of the category against these and other market changes that will come in response to technological and behavioral changes.

**IC - Is the phenomenon of insurtechs a threat or opportunity for the category?**

LV - Technology is a great ally, especially for automating bureaucratic processes - most of the insurtechs created follow this profile. For data consultation or easier cus-

ou acesso mais fácil ao cliente, as insurtechs podem ser bastante benéficas, pois o tempo gasto, por exemplo, consultando cotações ou outras informações, poderá ser utilizado pelo corretor na pesquisa de melhores alternativas para os clientes, relacionar-se com eles ou mesmo para fazer mais cursos. O corretor de seguros permanece como o intermediário legalmente autorizado para comercializar os contratos entre as seguradoras e os consumidores – a criação de qualquer produto que tente ir contra a legislação brasileira tem sido e continuará sendo combatida.

**IC – O senhor já declarou em outras ocasiões que o nível de conhecimento dos parlamentares quanto ao funcionamento do setor é baixo. Há perspectivas de um despertar de consciência de deputados e senadores em médio ou longo prazo?**

**LV –** Já estou no meu segundo mandato e pude constatar que, em relação ao começo de minha jornada como parlamentar no Congresso, a situação melhorou, mas ainda deixa muito a desejar. Quando apresento uma proposta ou subo à tribuna para comentar algum tópico sobre seguros, percebo que muitos colegas não têm familiaridade com questões básicas do funcionamento do seguro. Como a maioria dos brasileiros, eles têm mais noção sobre o seguro auto e apenas isso. Fui apontado pelo estudo *Os Cabeças do Congresso*, feito pelo Departamento Intersindical de Assessoria Parlamentar (Diap), como um dos deputados mais influentes na casa. Considero isto uma oportunidade para projetar o setor de seguros entre os colegas parlamentares e a sociedade. É bom frisar que minha atuação tem sido não só relativa ao mercado, mas pelo desenvolvimento econômico do País em geral.

**IC – Quais demandas em relação ao mercado segurador continuam tramitando no Congresso nacional?**

**LV –** Está em avançada tramitação a aprovação de PLP, que determina a regulamentação das chamadas associações e cooperativas de proteção veicular. Desta forma, elas terão de se igualar em deveres às companhias seguradoras, abrindo campo de atuação aos corretores de seguros. O texto final, que tem origem no Projeto de Lei 3139, de minha autoria, foi aprovado na Comissão Especial criada para discutir a matéria dada sua relevância e deve ir à votação no Plenário da Câmara. A criação do Seguro Obrigatório de Acidentes de Trânsito (Soat), em substituição ao DPVAT, prevê a livre concorrência na comercialização de seguros de acidentes de trânsito. Como resultado, o consumidor será beneficiado e o corretor terá um papel bem mais ativo do que com a atual legislação. O PL 8338/17 - Soat, de minha autoria, aguarda a criação de Comissão Especial. Já o Projeto de Lei Complementar nº 1/2015, que traz a criação de um seguro obrigatório para casas de show, é também de minha autoria e está aguardando designação de relator na Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania (CCJC). Pauta relevante também é o projeto de lei que traz a participação do corretor de seguros, pessoa física ou jurídica, em processos licitatórios junto às entidades públicas de direito público ou privado, na condição de administrador de seguros. A matéria terá análise inicial pela Comissão do Trabalho (CTASP) e aguarda designação de relator.

tomar acesso, insurtechs can be very beneficial, as time spent, for example, consulting quotes or other information, can be used by the broker to search for better alternatives for customers, to relate to them or even to attend more courses. The insurance broker remains the legally authorized intermediary to market contracts between insurers and consumers - the creation of any product that attempts to go against Brazilian law has been and will continue to be fought.

**IC - You have stated on other occasions that the level of knowledge of Congressmen regarding the functioning of the sector is low. Are there prospects for a medium or long term awareness raising of house representatives and senators?**

**LV -** I am already in my second term and I could see that, regarding the beginning of my journey as a member in Congress, the situation has improved, but still leaves much to be desired. When I present a proposal or go to the podium to comment on a topic on insurance, I find that many colleagues are unfamiliar with basic insurance operation issues. Like most Brazilians, they are more aware of auto insurance and just that. I was appointed by the study *The Heads of Congress*, done by the Intersindical Department of Parliamentary Advisory (Diap), as one of the most influential deputies representative in the house. I consider this an opportunity to design the insurance industry among parliamentary colleagues and society. It is good to emphasize that my performance has been not only related to the market, but for the economic development of the country in general.

**IC - What demands in relation to the insurance market are still in the Brazilian Congress?**

**LV -** The approval of the PLP, which determines the ordination of the so-called vehicle protection associations and cooperatives, is being advanced. Thus, they will have to match their duties to insurance companies, opening up the scope for insurance brokers. The final text, which originates from Bill 3139, of my own, was approved by the Special Committee created to discuss the matter given its relevance and should go to the vote in the House Plenary. The creation of the Mandatory Traffic Accident Insurance (Soat), replacing the DPVAT, provides for free competition in the commercialization of traffic accident insurance. As a result, the consumer will benefit and the broker will play a much more active role than under current legislation. PL 8338/17 - Soat, of my own, is awaiting the creation of a Special Commission. Already Complementary Law No. 1/2015, which brings the creation of a compulsory insurance for venues, is also my own and is awaiting appointment of rapporteur in the Committee on Constitution and Justice and Citizenship (CCJC). Relevant agenda is also the bill that brings the participation of the insurance broker, individual or legal entity, in bidding processes with public entities of public or private law, as an insurance administrator. The matter will have initial consideration by the Labor Commission (CTASP) and awaits appointment of rapporteur.



Seus  
riscos  
empresariais

+

Nossas  
soluções  
inovadoras  
de seguros

=

Melhor  
Proteção  
para o seu negócio



Swiss Re  
Corporate Solutions

Quando se trata de desafios em seguros é preciso escolher um parceiro que o apoie para alcançar os melhores resultados. A Swiss Re Corporate Solutions é uma seguradora especializada em seguros empresariais, como rural, patrimonial, responsabilidade civil, engenharia, garantia, transportes, aeronáutico e rural. Oferecemos desde produtos simplificados para pequenas e médias empresas, até soluções de seguros altamente customizadas para grandes corporações. Através da associação com a Bradesco Seguros, temos acesso a corretores em todo o Brasil e podemos atender mais clientes com nossas soluções inovadoras em seguros e gerenciamento de riscos. Ter uma seguradora próxima e que possa oferecer soluções adequadas para o seu negócio é fundamental para um relacionamento de longo prazo e para o sucesso de uma parceria. **We're smarter together.**

[corporatesolutions.swissre.com.br](http://corporatesolutions.swissre.com.br)

# Novidades e reforço na relação com o corretor de seguros

## Updates and reinforcement in the relationship with the broker

A Somo Seguros aproveitou a oportunidade do 21º Congresso Brasileiro dos Corretores de Seguros para apresentar aos participantes as recentes inovações, tendências e oportunidades em diferentes linhas de negócio da companhia. “O ano de 2019 é de inovação na Somo. Além de lançamento de uma série de produtos e serviços, trabalhamos fortemente o relacionamento com o corretor. A nossa participação nesse congresso é uma oportunidade de reforçar essa parceria e avaliar as perspectivas do mercado, que já dão indicativos claros de, mais uma vez, alcançar crescimento acima do PIB”, destaca Francisco Caiuby Vidigal Filho, presidente da Somo Seguros. Ele é um dos executivos a debater o mercado no painel “Futuro do Mercado e da Relação Segurador x Corretor”.

“Lançamos o novo seguro Automóvel em roadshows

por todo o País, com uma ampla participação dos corretores e os produtos voltados aos produtores rurais, com os quais expandimos a oferta na área de agronegócio. Também implementamos serviços inovadores como o novo Portal de Sinistros e o Reparo Imediato, que propiciam ao cliente uma real percepção do quanto o seguro é importante para a solução efetiva de sinistros”, afirma Fernando Grossi, diretor executivo comercial da Somo Seguros. “Nossa estratégia comercial também já resulta na expansão de share de mercado em diferentes regiões para algumas linhas de produto. Nossos executivos trabalham para que os corretores de seguros possam apresentar as soluções mais adequadas em termos de coberturas e com



**Francisco Caiuby: reforçar parceria com o corretor e avaliar as perspectivas do mercado**

**Francisco Caiuby: strengthen partnership with brokers and assess market prospects**

Somo Seguros takes the opportunity of the 21st Brazilian Congress of Insurance Brokers to show to the participants the recent innovations, trends and opportunities in different business lines of the company. “2019 is a year of innovation at Somo. In addition to launching a series of products and services, we are hard working on the relationship with the broker. Our participation in this congress is an opportunity to reinforce this partnership and to evaluate market prospects, which already give clear indications of achieving growth above GDP once again”, said Francisco Caiuby Vidigal Filho, president of Somo Seguros. He will be one of the executives debating the market in the panel “Future of the Market and the Insurance x Broker Relationship”. “We launched

the new auto insurance on roadshows throughout the country, with a broad participation of brokers and products aimed at rural producers, expanding our offer in the agribusiness area. We have also implemented innovative services such as the new Claims Portal and Immediate Repair, which give the customer a real insight into how important insurance is for effective claims resolution”, says Fernando Grossi, commercial executive director of Somo Seguros. “Our business strategy shows results in expanding market share in different regions for some product lines. Our executives work to ensure that insurance brokers can provide the most appropriate coverage solutions at very



valores bastante vantajosos”, considera. Grossi cita como exemplo o ramo de Seguros Empresariais, no qual a companhia tem conquistado novos segurados em diferentes segmentos, a exemplo de atividades como escritórios, escolas, consultórios, transportadoras, mecânicas e funilarias, lojas e depósitos de materiais de construção, academias, autopeças, entre outros.

Outro fator importante é que, no ramo de Seguro Empresarial, a companhia adotou uma política voltada a garantir flexibilidade de negociação para que os corretores de seguros possam estabelecer bons negócios. “Os gerentes das filiais e toda a nossa equipe comercial trabalham sob margens agressivas para garantir que os parceiros corretores de seguros tenham boas margens e possam agregar novos segurados, bem como fidelizar aqueles que já integram suas carteiras”, conclui Grossi.

## Exposição

Durante a 20ª Exposeg, a Sompo traz mais uma vez o projeto de sustentabilidade que já se tornou marca registrada de seus projetos. Com isso, a companhia adotou uma série de iniciativas que envolve desde as questões relacionadas à montagem do estande até a destinação de materiais. O estande da companhia, por exemplo, desenvolvido numa parceria com a agência AlternativaF, conta com o selo Evento Neutro, programa voluntário de responsabilidade socioambiental para organizações e pessoas conscientes sobre o problema das mudanças climáticas, que objetiva viabilizar projetos de desenvolvimento sustentável; educar, facilitar e incentivar a compensação de emissões; conscientizar e sensibilizar o público sobre causas e consequências das mudanças climáticas, entre outros.

Como parte da iniciativa, todo o estande da Sompo contou com material feito em bambu. Esse material e outras madeiras utilizadas serão classificados e, caso atendam às especificações técnicas e de segurança, serão reaproveitadas em instalações futuras. A seguradora também vai promover a reutilização e doação de lonas, banners impressos e materiais de construção que não podem ser reaproveitados para ONGs.

Também houve a preocupação de, ao invés de utilizar copos de plástico, disponibilizar o 'ecopo', copos ecológicos, biodegradáveis, higiênicos e feitos com papel proveniente de madeiras de reflorestamento e produzidos com 100% de fibras virgens. Além disso, lâmpadas de LED foram utilizadas para garantir economia de energia. Outro ponto são para as lixeiras de recicláveis disponíveis no estande. Após o término do evento será feita a coleta seletiva também no processo de desmontagem.

“Desenvolvemos um projeto totalmente preocupado com a questão ambiental, uma das causas defendidas pela Sompo. Não poderíamos agir diferente, principalmente quando nosso trabalho visa um evento realizado em um local como a Costa do Sauípe, que nos faz lembrar da responsabilidade que cada um de nós tem em preservar o meio ambiente e os recursos naturais”, considera André Gouw, gerente de Comunicação & Marketing da Sompo Seguros.

competitive prices”, he says. Grossi cites as example the Business Insurance, in which the company has acquired new clients in different segments, activities such as offices, schools, carriers, mechanics and body shops, stores and warehouses of building materials, gyms, auto parts, among others. Another important factor is that, in the Corporate Insurance business, the company has adopted a policy aimed at ensuring negotiating flexibility so that insurance brokers can establish good deals. “Branch managers and our entire sales team work under aggressive margins to ensure that insurance broker partners have good margins and can add new policyholders, as well as retain those already in their portfolios”, concludes Grossi.

## Exhibition

During the 20th Exposeg, Sompo once again brings the sustainability project that has already become a trademark of their projects. As a result, the company has taken a number of initiatives that range from booth-assembling issues to material disposal. The company's booth, for example, which was developed in partnership with the AlternativaF agency, has the Event Neutral seal, a voluntary social and environmental responsibility program for organizations and people aware of the problem of climate change, which aims to make sustainable development projects feasible; educate, facilitate and encourage emission compensation; and raise public awareness about the causes and consequences of climate change, among others.

As part of the initiative, the entire Sompo booth featured bamboo material. This material and other timber used will be classified and, if they meet the technical and safety specifications, will be reused in future installations. The insurer will also promote the reuse and donation of tarpaulins, printed banners and building materials that cannot be reused for NGOs.

There was also a concern that instead of using plastic cups, they would make available the ecocup, eco-friendly, biodegradable, hygienic cups made from paper from reforestation timber and made from 100% virgin fibers. In addition, LED lamps were used to ensure energy savings. Another point was for the recyclable bins available at the stand. After the end of the event, selective waste collection will also be done during the disassembly process.

“We developed a project totally concerned with the environmental issue, which is one of the causes defended by Sompo. We could not act differently, especially when our work is aimed at an event held in a place like Costa do Sauípe, which reminds us of the responsibility that each of us has to preserve the environment and natural resources”, says André Gouw, Marketing & Communication Department manager.



# Ligação com o futuro exprime modernidade

## Connection with the future express modernity



Um gigante se levanta na região do Porto Maravilha, no Rio de Janeiro: arquitetura moderna, ecoeficiência e posição privilegiada  
A giant rises in Porto Maravilha region in Rio de Janeiro: modern architecture, eco-efficiency and privileged position

O Grupo Bradesco Seguros inaugurou sua sede localizada na Avenida Rio de Janeiro, na região portuária, conhecida como “Porto Maravilha”. O lançamento foi marcado por uma ação especial com um vídeo mapping na fachada do novo prédio – que se destaca por uma arquitetura moderna, ecoeficiência e posição privilegiada. A projeção reúne cartões-postais da Cidade Maravilhosa, como Cristo Redentor, Bondinho e Pão de Açúcar, Arcos da Lapa, Praia de Copacabana, Maracanã e Sambódromo, misturados a ícones da empresa, seus produtos e serviços.

“A nova sede da Bradesco Seguros no Rio de Janeiro (RJ) reflete a visão de futuro da companhia e reafirma a ligação histórica da companhia com a cidade do Rio, que foi o berço do nascimento do grupo”, revela o presidente da Bradesco Seguros, Vinicius Albernaz. “Prezando pela eficiência e principalmente o bem-estar dos nossos funcionários e colaboradores, a nova sede é uma oportunidade de colocar em prática a visão de futuro da companhia. Além disso, ao escolher o ‘Porto Maravilha’, o Grupo Bradesco Seguros consolida ainda mais a sua relação com o Rio de Janeiro, contribuindo para o desenvolvimento da região”, completa o executivo. O edifício de alto padrão possui 20 andares, assentado em 37 mil metros quadrados. Abriga as atividades do grupo segura-

Bradesco Seguros Group opened their headquarters located at Avenida Rio de Janeiro, in the seaport region, known as “Porto Maravilha”. The launch was marked by a special action with a video mapping on the new building’s front face - which stands out for its modern architecture, eco-efficiency and privileged position. The projection brings together postcards of the Cidade Maravilhosa, such as Cristo Redentor, Cable Car and Sugar Loaf, Arcos da Lapa, Copacabana Beach, Maracanã and Sambódromo, mixed with company icons, its products and services.

“Bradesco Seguros new headquarters in Rio de Janeiro (RJ) reflects the company’s future vision and reaffirms the company’s historic connection with the city of Rio, which was the cradle of the group’s birth”, reveals Bradesco Seguros president Vinicius Albernaz. “Valuing the efficiency and especially the well-being of our employees, the new headquarters is an opportunity to put into practice the company’s future vision. Moreover, by choosing Porto Maravilha, the Bradesco Seguros Group further consolidates its relationship with Rio de Janeiro, contributing to the development of the region”, adds the executive. The upscale building has 20 floors, sitting on 37,000 square meters. It houses the insurance group’s activities

concentradas na cidade, que incluem as unidades da Bradesco Saúde, da Bradesco Auto/RE, além de áreas da Holding, reunindo mais de 3 mil funcionários e colaboradores. A nova sede objetiva atender às novas diretrizes de sustentabilidade: a fachada de vidro da construção, por exemplo, foi pensada para o maior aproveitamento da luz natural. Já a frenagem dos elevadores inteligentes do prédio permite antecipação de chamada, que resulta em menor consumo de energia.

Na escolha do prédio, foram levadas em consideração características inovadoras do empreendimento, como o sistema próprio de reaproveitamento de água, inclusive da chuva, e outros mecanismos que garantem o uso renovável dos recursos naturais. A sede preenche todos os requisitos das certificações internacionais de sustentabilidade, como a Leed Gold (Leadership in Energy and Environmental Design), concedida pelo Green Building Council dos Estados Unidos.

### Integração

Segundo a Bradesco Seguros, a modernidade e o conforto dos funcionários foram duas premissas importantes no Projeto Rio. O conceito Open Space, por exemplo, é uma forma que a organização adota em seus novos prédios, utilizado também pelo Grupo Bradesco Seguros no prédio de Alphaville (SP). Nesse modelo, as estações de trabalho ficam dispostas em mesas integradas, sem divisórias altas separando as pessoas. “Essa maior integração tende a ser bastante positiva ao propor uma atuação de cada vez mais sinergia entre os times, o que é muito positivo e enriquecedor para as experiências de todas as áreas”, completa Albernaz.

O projeto de uma nova sede foi motivado pelo potencial da região portuária e localização próxima às principais vias de acesso ao Rio — Avenida Brasil, Linha Vermelha e Ponte Rio-Niterói —, garantindo mobilidade. O tema segurança também recebeu atenção especial. A seguradora montou projetos especiais com guias de serviços e segurança para contribuir com o desenvolvimento do entorno.

concentrated in the city, which include the Bradesco Saúde, Bradesco Auto / P&C units, as well as holding areas, bringing together more than 3,000 employees. The new headquarters aims to meet the new sustainability guidelines: the building's glass frontage, for example, was designed to make the most of natural light. Braking the building's smart elevators enables call anticipation, which results in lower power consumption.

In choosing the building, innovative features of the project were taken into account, such as its own water reuse system, including rain, and other mechanisms that guarantee the renewable use of natural resources. The headquarters meets all the requirements of international sustainability certifications, such as the Leed Gold (Leadership in Energy and Environmental Design), awarded by the United States Green Building Council.

### Integration

According to Bradesco Seguros, the modernity and comfort of employees were two important premises in the Rio Project. The Open Space concept, for example, is a form that the organization adopts in its new buildings, also used by the Bradesco Seguros Group in the Alphaville (SP) building. In this model, workstations are arranged in integrated desks, with no high partitions separating people. “This greater integration tends to be very positive in proposing an increasingly synergistic performance between teams, which is very positive and enriching for the experiences of all areas”, adds Albernaz.

The project for a new headquarters was motivated by the potential of the seaport region and its location near the main access roads to Rio - Avenida Brasil, Linha Vermelha and Ponte Rio-Niterói, ensuring mobility. The security theme also received special attention. The insurer has set up special projects with service and safety guides to contribute to the development of the surroundings.



O edifício de alto padrão possui 20 andares, assentado em 37 m<sup>2</sup>

The upscale building has 20 floors, sitting on 37,000 square meters





Armando Vergílio, presidente da Fenacor

---



# Tudo pronto para um memorável evento

## All set for a memorable event

*Costa do Sauípe (BA) receberá profissionais de seguros de várias partes do País e do exterior*

*Costa do Sauípe (BA) will host insurance professionals from various parts of the country and abroad*

A Federação Nacional dos Corretores de Seguros (Fenacor) promove, de 10 a 12 de outubro, o 21º Congresso Brasileiro dos Corretores de Seguros. Segundo a entidade, é um dos maiores e tradicionais acontecimentos do mercado de seguros, realizado no paradisíaco resort Costa do Sauípe (Bahia) – 100% reservado pela organização do congresso. O evento terá como tema central “Desafios para a Retomada do Crescimento”.

Para o presidente da Fenacor, Armando Vergílio, o tema do congresso é “bem amplo e está conectado” com a realidade do Brasil e com a grande expectativa da sociedade em relação ao novo governo. “Há muitos desafios para o crescimento, com reflexos diretos sobre o mercado de seguros, incluindo a reforma da Previdência, a retomada das grandes obras e o futuro da indústria automobilística”, frisa.

Vergílio lembra ainda que, paralelamente ao evento, serão realizados o 5º Congresso Brasileiro de Saúde Suplementar e a 20ª Exposeg. “São três grandes eventos em um só local. Os primeiros, técnicos e científicos, com palestras, debates, workshops e oficinas de trabalho. O terceiro, a grandiosa e tradicional Exposeg”, ressalta.

O presidente da Fenacor adianta que o 21º Congresso Brasileiro de Corretores de Seguros será “diferente” para adequar-se às características do local. Nesse contexto, todos os participantes deverão almoçar e jantar nos seus hotéis dentro do resort. Além disso, a parte da manhã será reservada para debates, palestras e workshops e o período da tarde às oficinas de trabalho, para o qual os interessados deverão se inscrever previamente.

Ao contrário dos eventos anteriores, haverá um novo show no segundo dia do congresso. No terceiro, 12 de outubro, um tradicional trio elétrico vai animar as comemorações do Dia do Corretor de Seguros. Contudo, as grandes atrações não param por aí. Para começar, todos os corretores de seguros presentes irão participar de sorteios de seis carros zero-quilômetro. Também será disponibilizada uma experiência única aos congressistas, conciliando atividades técnicas e de lazer para toda a família.

Isso porque, apesar de o evento ter como palco um ambiente típico de férias inesquecíveis, haverá, como nas edições anteriores, amplos debates a respeito de assuntos de interesse dos corretores e do mercado. Para maior conforto de todos, a Costa do Sauípe oferece diversas opções de lazer, entretenimento e gastronomia, com hospedagem no sistema all inclusive.

The National Federation of Insurance Brokers (Fenacor) promotes, from October 10-12, the 21st Brazilian Congress of Insurance Brokers. According to the entity, it is one of the largest and traditional events of the insurance market, held in the paradise resort Costa do Sauípe (Bahia) - 100% reserved by the congress organization. The event will have as its central theme “Challenges for the Resumption of Growth”.

For the president of Fenacor, Armando Vergílio, the congress’ theme is “very broad and is connected” with the reality of Brazil and the great society’s expectancy concerning to the new government. “There are many challenges for growth, with direct repercussions on the insurance market, including pension reform, the resumption of major public works and the future of the auto industry”, he says.

Vergílio also points out that, in parallel to the event, the 5th Brazilian Congress of Supplementary Health and the 20th Exposeg will be held. “There are three big events in one place. The first and second, technical and scientific, with lectures, debates and workshops. The third, the great and traditional Exposeg”, he points out.

Fenacor’s president said that the 21st Brazilian Congress of Insurance Brokers will be “different” to suit the characteristics of the place. In this context, all participants should have lunch and dinner at their hotels within the resort. In addition, the morning will be reserved for debates, lectures and workshops, and the afternoon for workshops, to which interested parties should register in advance.

Unlike previous events, there will be a new show on the second day of the congress. On the third, October 12th, a traditional electric trio will animate the Insurance Broker Day celebrations. However, the big attractions don’t stop there. For starters, all insurance brokers present will participate in raffles of six zero-kilometer cars. A unique experience will also be made available to congressmen, combining technical and leisure activities for the whole family.

This is because, despite the event having as its setting a typical environment of unforgettable holidays, there will be, as in previous editions, wide debates about issues of interest to brokers and the market. For the greatest comfort of all, Costa do Sauípe offers several leisure, entertainment and gastronomy options, with accommodation in the all inclusive system.



Costa do Sauípe reunirá corretores de seguros de várias partes do País para um evento único e imperdível

## 21º Congresso Brasileiro dos Corretores de Seguros e 5º Congresso de Saúde Suplementar

### Programação preliminar\*

#### 10 de outubro

##### Desafios para a Retomada do Crescimento

8h – 16h

Transfer (aeroporto/ Hotel Costa do Sauípe)

12h – 19h

Credenciamento

13h30- 18h30

20ª Exposeg

18h30 – 21h

Solenidade de abertura

21h – 23h

Coquetel de boas-vindas - patrocínio Bradesco Seguros

21h45 – 23h45

Show Claudia Leite - Patrocínio Bradesco Seguros

#### 11 de outubro

8h – 19h

Credenciamento

13h30 – 21h30

20ª Exposeg

9h – 10h30

*Painel 1 - Os Caminhos para a Retomada do Crescimento e a Reforma da Previdência (sorteio - chave dos carros)*

10h30 – 11h30

*Painel 2 - Futuro do Mercado e da Relação Segurador versus Corretor (sorteio chave dos carros)*

11h30 – 12h30

*Painel 3 - Seguro Saúde*

12h30 – 13h30

*Painel 4 - Palestra Gabriel Goffi (sorteio chave dos carros)*

13h30 – 14h30

Almoço



**14h30 – 17h**

*Oficina de Trabalho I - Escola Nacional de Seguros:  
E agora, corretor?*

*Oficina de Trabalho II - Escola Nacional de Seguros:  
Inovação no mercado de seguros: das grandes ideias  
ao dia a dia do seu negócio (sorteio chave dos carros)*

**20h – 21h**

Coquetel - Patrocínio HDI Seguros

**21h – 21h40**

Show Rafael Cortez - Patrocínio HDI Seguros

**22h – 23h40**

Show Ju Moraes - Patrocínio HDI Seguros

## 12 de outubro

**8h – 14h**

Credenciamento

**13h30 – 18h30**

20ª Exposeg

**9h – 10h**

*Painel 5 - Palestra Jonathas Freitas*

**10h – 11h**

*Painel 6 - Mercado Marginal (sorteio chave dos carros)*

**11h – 12h**

*Painel 7 - Inovação & Insurtech*

**12h – 12h15**

Apresentação ESECS-PJ

**12h15 – 13h15**

*Painel 8 - Palestra Michelle Schneider*

**13h – 14h30**

Almoço

**14h30 – 16h30**

*Painel 9 - Seguro de Pessoas & Benefícios (Sorteio chave dos carros)*

**16h30 – 17h**

Abertura dos carros - Patrocínio Zurich Seguros

**17h – 20h**

Show Trio Elétrico Araketu - Patrocínio Mongeral Aegon

## 13 de outubro

**3h – 15h**

Transfer (Hotel Costa do Sauípe/aeroporto)

**\*Programação sujeita a alterações**





# Presença em evento relevante

## Presence at relevant event

Em Brasília (DF), a Starr Companies participou do 17º Fórum Anual de Liderança em Infraestrutura da América Latina, organizado pela CG/LA Infrastructure, que ocorreu entre 31 de julho e 2 de agosto último. Com público restrito e destinado a organizações e investidores privados, o evento contou com a presença de importantes líderes dos governos estaduais e federal, assim como lideranças de governos da América Latina, em apresentações e debates de alto nível, sobre projetos de infraestrutura.

Também esteve presente ao fórum o secretário de Comércio dos Estados Unidos, Wilbur Ross. Na ocasião, foi assinado memorando de cooperação Brasil-EUA para o desenvolvimento de projetos de infraestrutura, visando ao

estreitamento da relação entre os dois países nessa área.

Recentemente, a Starr Companies Brasil reforçou o time e agora oferece também soluções nas linhas de Responsabilidade Civil Geral e Seguro Ambiental. O executivo Edgar Mioto está à frente destas linhas. Com um amplo portfólio e uma equipe altamente especializada, a companhia oferece os seguintes produtos:

- Aeronáuticos
- Riscos de Engenharia
- Riscos Nomeados e Operacionais
- Riscos de Petróleo
- Riscos Ambientais
- Transportes
- RC Executivos – D&O
- RC Profissional – E&O
- Acidentes Pessoais
- Vida em Grupo
- Seguro Viagem



**Karen Siewert, Cristina Domingues e Dorian Grey representaram a Starr Companies no 17º Fórum Anual de Liderança em Infraestrutura da América Latina**

**Karen Siewert, Cristina Domingues and Dorian Gray represented Starr Companies at the 17th Annual Latin American Infrastructure Leadership Forum**

In Brasilia (DF), Starr Companies participated in the 17th Annual Latin American Infrastructure Leadership Forum, organized by the CG / LA Infrastructure, which took place between July 31 and August 2. With a restricted audience and aimed at organizations and private investors, the event was attended by important leaders of state and federal governments, as well as leaders of Latin American governments, in presentations and high-level debates about infrastructure projects.

Also present at the forum was US Secretary of Commerce Wilbur Ross. At the time, a memorandum of cooperation was signed between Brazil and the United States for the development of infrastructure projects, aimed at strengthening the relationship between

the two countries in this area.

Recently, Starr Companies Brasil strengthened the team and now offers solutions in the General Liability and Environmental Insurance lines. Executive Edgar Mioto manages these lines. With a broad portfolio and a highly specialized team, the company offers the following products:

- Aviation
- Engineering Risks
- Named and Operational Risks
- Oil Risks
- Environmental Risks
- Cargo
- Liability for Executives - D&O
- Professional RC - E&O
- Personal accidents
- Group Life
- Travel insurance

# Uma nova marca para conquistar novos mares!

Ao longo de quase meio século de existência, a ENS passou por mudanças significativas e necessárias, que garantiram a excelência do ensino e consagraram o seu nome na indústria do seguro.

Vislumbrando novos horizontes, estamos lançando uma nova marca, mais alinhada às novas tendências.

**Agora somos ENS, a sua  
Escola de Negócios e Seguros!**

Continuamos olhando para o futuro, mas preservando nossa essência e a história que construímos no mercado.

Nos próximos anos escreveremos outras páginas de sucesso, com você e para você!

**Conheça a nova ENS!**

[ens.edu.br](http://ens.edu.br)





# Evento com enfoque sustentável

## An event with a sustainable focus



**Diretoria da ABGR aposta que o formato considerado inovador será um marco em seu projeto de reposicionamento institucional**  
**The ABGR board bets that the format, considered innovative, will be a landmark in its project of institutional repositioning**

A Associação Brasileira de Gerência de Riscos lançou oficialmente a Expo ABGR 2019 – XIII Seminário Internacional da ABGR na Sociedade Hípica Paulista, em São Paulo. Em coquetel oferecido a gestores de risco e líderes de seguradoras e resseguradoras brasileiras, foi apresentado o novo conceito adotado pela associação para a realização do evento, que acontecerá nos dias 12 e 13 de novembro no WTC, na capital paulista, com o tema “A Gestão de Risco e o Desenvolvimento Sustentável nos Negócios”.

Na ocasião, também foram anunciadas ações que irão oxigenar os processos internos da ABGR, aproximá-la ainda mais dos players da área de seguros, resseguro e corretagem, e internacionalizar os padrões do setor. A diretoria da entidade aposta que o formato considerado inovador será um marco em seu projeto de reposicionamento institucional.

A presidente em exercício da ABGR, Cristiane França Alves, afirma que a ideia com o reposicionamento é promover, de fato, a aproximação dos gestores de riscos e buscar atualização com os temas que estão em voga. “Estamos com um olhar mais 360º, pensando no meio-ambiente, no social, e não só economicamente”, completa, dizendo que os seguros não mudam, mas o olhar e o cuidado que antes não eram tidos como prioridades, agora são.

As inovações preparadas para a Expo ABGR 2019 irão focar no processo de alinhamento dos valores da entidade às 17 metas para o desenvolvimento sustentável estabe-

The Brazilian Association of Risk Management officially launched the ABGR Expo 2019 – XIII ABGR International Seminar, in the Sociedade Hípica Paulista, in São Paulo. In a cocktail offered to risk managers and leaders of Brazilian insurance and reinsurance companies, was unveiled the new concept adopted by the association for the execution of the event, which will happen on the 12 and 13 of november in the WTC, also in São Paulo, with the theme “Risk Management and the Sustainable Development in Business”.

At the occasion, were also announced actions that will oxygenate the internal processes of ABGR, bring it even closer to the players in the insurance, reinsurance and brokerage sector, and internationalize the sector standards. The entity board bets that the format, considered innovative, will be a landmark in its project of institutional repositioning. The acting president of ABGR, Cristiane França Alves, affirms that the idea with the repositioning is promoting, effectively, the approximation among the risk managers and seeking updates with the current themes. “We have a more 360 degree outlook, thinking about the environment, the social, and not just economically”, she adds, saying that insurances doesn’t change, but the look and the care, which before were not taken as a priority, now are.

The innovations prepared for the ABGR Expo 2019 will focus on the process of the entity values alignment with the 17 goals of sustainable development set by the UN

lecidas pela ONU para a segurança do planeta. Entre as novidades apresentadas, estão as novas cotas de patrocínio, que trazem consigo inovações tecnológicas aliadas a oportunidades de negócios. A principal delas será a Platinum, cujo patrocinador terá a exclusividade de ser o grande anfitrião do evento, seguida pela Gold. Quem explicou os detalhes foi a diretora executiva da Bethe B Comunicação, Izabel Barbosa. A empresa foi contratada para reformular e produzir o evento.

Com o tema “A Gestão de Risco e o Desenvolvimento Sustentável nos Negócios”, a ABGR reunirá os maiores risk managers do país que irão debater alguns dos temas mais relevantes do momento, como seguro ambiental e de transportes, mudanças climáticas, garantias contratuais, cyber risks e LGPD (Lei Geral de Proteção de Dados). Cerca de 3 mil pessoas deverão participar das palestras e circular no recinto da Expo ABGR, entre os quais compradores de vários tipos de seguros, personalidades, executivos e profissionais do mercado.

### Maior da história

Primeiro-vice-presidente da associação, Rodrigo Paiva Ávila, que assume a presidência da entidade em 2020, reforça a importância das mudanças: “Temos uma equipe nova, com novas mentalidades e novos perfis. O próprio evento ressurgiu com uma tendência mais sustentável e tecnológica porque é o que o mercado e os associados pedem”. Na sua visão, “conhecimento é um dos pilares para formar bons profissionais no mercado”.

Segundo o diretor financeiro da ABGR, Jabor Descio Sobrinho, a expectativa para a Expo ABGR 2019 é grande e será atendida. “Esperamos que este 13º evento seja o maior da história da ABGR em todos os sentidos”, confia. Segundo o presidente do Conselho Deliberativo, Jorge Luzzi, com a presença de gerentes de riscos em sua diretoria executiva, a ABGR pode ajudar cada vez mais os seguradores e corretores a enxergarem as reais necessidades dos compradores de seguros. “Estamos lidando com riscos que não existiam dez anos atrás. Neles se encaixam os riscos cibernéticos, por exemplo, para o qual é possível realizar uma ação preventiva, ter cobertura de transferência de riscos, armar equipes”, destacou.

for the planet’s security. Among the new initiatives presented, were the new sponsorship quotas, that bring embedded technological innovations allied with business opportunities. The main one will be the Platinum, whose sponsor will have the exclusivity of being the main host of the event, followed by the Gold. Izabel Barbosa, the executive director of Bethe B Comunicação. The company was hired to reformulate and produce the event, explained the details.

With the theme “Risk Management and the Sustainable Development of Business”, ABGR will bring the country’s biggest risk managers, who will debate some of the more relevant current themes, such as environmental and transportation insurance, climate change, contractual warranties, cyber risks and the LGPD (Data Protection General Law). About 3 thousand people are expected to attend the lectures and circulate in the Expo ABGR grounds, among them buyers of several types of insurance, personalities, executives and market professionals.

### Biggest in history

First vice-president of the association, Rodrigo Paiva Ávila, who assumes the presidency in 2020, reinforces the importance of the changes. “We have a new team, with new mentalities and new profiles. The event itself resurfaces with a more sustainable and technological tendency, because that is what the market and the associates are asking for”. In his view, “knowledge is one of the pillars to shaping good professionals in the market”. According to the ABGR financial director, Jabor Descio Sobrinho, the expectation for ABGR Expo 2019 is high, and will be met. “We hope that this 13th event will be the biggest in ABGR history, in all senses”, he trusts.

According to the Deliberative Council chairman, Jorge Luzzi, with the presence of risk managers in its executive board, ABGR can help even more the insurers and brokers to see the real necessities of the insurance buyers. “We’re dealing with risks that did not exist ten years ago. Among them there are the cyber risks, for instance, for which is possible to take preventive action, have coverage of risk transfer, and arm teams”, he highlighted.

The banner features a teal background with a large white 'X' on the left. The main text reads 'EXPO ABGR 2019' in bold white and orange letters. Below this, it says 'XIII SEMINÁRIO INTERNACIONAL DA ABGR'. To the right, the ABGR logo is displayed. At the bottom, it states '12 e 13 NOVEMBRO' and 'WTC - WCity Events, Av. das Nações Unidas, 12.551 - São Paulo - SP'. The theme 'A GESTÃO DE RISCOS E O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL NOS NEGÓCIOS' is written in orange and white on a dark blue background.

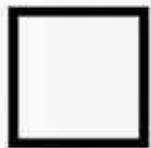




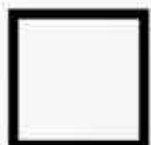
 <b>SEGURO AUTO</b>	<b>PARCELE NO CARTÃO</b>	<b>ATÉ 10x</b>
---	------------------------------	--------------------

Innovation for Wellbeing

SOMPO HOLDINGS | PROCESSO SUSEP N.º 15414.100554/2004-19. O REGISTRO DESTA PLANO NA SUSEP NÃO IMPLICA, POR PARTE DA AUTARQUIA, INCENTIVO OU RECOMENDAÇÃO À SUA COMERCIALIZAÇÃO. CNPJ 61.583.493/0001-80.



**APRECIANDO  
A PAISAGEM**



**VERIFICANDO  
SE ESTÁ TUDO BEM  
COM O CARRO**

**ESCOLHA A OPÇÃO CERTA.**

**ESCOLHA O SEGURO **FAIXA-PRETA.****

COM MAIS DE 130 ANOS DE TRADIÇÃO E QUALIDADE JAPONESA, A SOMPO FAZ TUDO PELA SUA TRANQUILIDADE. E CONTRATAR UM SEGURO PARA O SEU CARRO FICOU AINDA MAIS FÁCIL. O **NOVO SEGURO AUTO DA SOMPO** TEM MAIS OPÇÕES DE COBERTURAS, SERVIÇOS DIFERENCIADOS E SOB MEDIDA, PREÇO COMPETITIVO E PAGAMENTO EM ATÉ 10X NO CARTÃO DE CRÉDITO. CONSULTE SEU CORRETOR.



**SOMPO  
SEGUROS**

**VOCÊ  
SEMPRE  
BEM.**



# Na pauta, ênfase na sustentabilidade

## Sustainability emphasis on the agenda

*Evento da CNseg apresentou uma pauta variada, que incluiu sustentabilidade e diversidade*  
*CNseg event featured a varied agenda that included sustainability and diversity*



**Coriolano na abertura: objetivo da 9ª Conseguro é mostrar para a sociedade, as contribuições do seguro, previdência privada e capitalização**  
**Coriolano at the opening: the purpose of the 9th Conseguro is show to society the contributions of insurance, private pension and capitalization**

Educação financeira, infraestrutura, longevidade, regulação... Estes e outros temas pontuaram a Conseguro 2019 no Centro Internacional de Convenções do Brasil, em Brasília (DF). Outros eventos paralelos compuseram a agenda e atraíram um bom público: 1ª Conferência de Sustentabilidade e Diversidade, 6º Encontro Nacional de Atuários, 9ª Conferência de Proteção do Consumidor de Seguros, 13º Seminário de Controles Internos & Compliance, Auditoria e Gestão de Riscos. A Confederação Nacional das Seguradoras (CNseg) estimou um público de 700 pessoas que acompanharam os painéis em dois dias de apresentação.

“Esta Conferência de Seguros, a 9ª Conseguro, tem o propósito de debater e mostrar para a sociedade e para os poderes públicos, as contribuições do seguro, da previdência privada aberta e dos títulos de capitalização para essa nova jornada civilizatória que é preciso empreender”, prognosticou o anfitrião, o presidente da CNseg, Márcio Coriolano, logo na abertura. E foi exatamente isso que aconteceu. A exemplo das edições anteriores, o ministro do Supremo Tribunal Federal (STF), Luís Roberto Barroso, avaliou o cenário brasileiro e mundial em algumas perspectivas: a transformação digital, que mudou comportamentos e rotinas, mudanças climáticas e a crise política e econômica.

Financial education, infrastructure, longevity, regulation ... These and other topics punctuated Conseguro 2019 at the International Convention Center do Brasil, in Brasília (DF). Other side events made up the agenda and attracted a good audience: 1st Sustainability and Diversity Conference, 6th National Actuaries Meeting, 9th Insurance Consumer Protection Conference, 13th Internal Controls & Compliance Seminar, Audit and Risks Management. The National Confederation of Insurers (CNseg) estimated an audience of 700 people who followed the panels in two days of presentation.

“This Insurance Conference, the 9th Conseguro, is intended to debate and show to society and the public authorities the contributions of insurance, open private pension plans and capitalization bonds to this new civilizing journey that needs to be undertaken”, predicted the host, CNseg’s president, Márcio Coriolano, at the opening. And that’s exactly what happened.

As in previous editions, the Supreme Federal Court (STF) minister, Luis Roberto Barroso, assessed the Brazilian and world scenario in some perspectives: the digital transformation, which changed behaviors and routines, climate change and the political and economic crisis.

Em matéria de futuro, a superintendente da Susep, Solange Vieira, afirmou que o mercado segurador não pode prescindir de quatro elementos: tecnologia, crescimento, econômico, inclusão social e disrupção. Ao comparar o mercado brasileiro com o do resto do mundo, Solange lembrou o enorme potencial do setor no país. Segundo ela, o Brasil, em relação a outros países nos quesitos taxas de administração e de corretagem, está muito acima da realidade planetária e precisa “melhorar esses dois indicadores”. Em matéria de tecnologia, debatedores se posicionaram sobre a inevitável ampliação das fronteiras a partir da economia digital. Prevê-se que o seguro deverá incorporar tecnologias como ciência de dados, *blockchain*, IoT- internet das coisas, entre outras, ao cotidiano das empresas. A aplicabilidade do seguro temporário e intermitente também mereceram profunda reflexão. Regulamentada pela Susep, essa forma de comercializar seguros lança um importante desafio, segundo os especialistas que abordaram o tema, o de criar novos produtos e se alinhar às novas tendências de comércio eletrônico.

O seguro garantia foi outro tema palpitante na pauta da conferência. Todos concordaram que é um instrumento de gerenciamento de riscos e redução de custos de capital, além de estimular investimentos em grandes projetos de infraestrutura.

## Sustentabilidade

Nos eventos paralelos, um que chamou a atenção foi a 1ª Conferência de Sustentabilidade e Diversidade. Aconteceram debates sobre as políticas de inclusão por gênero, raça e orientação sexual no mercado segurador, além de alertas sobre a exposição a riscos ambientais. A conferência deixou um recado claro aos presentes: é preciso acelerar as políticas de inclusão por gênero, raça e orientação sexual, sob pena de se comprometer o processo de representatividade nas corporações e colocar em risco o próprio negócio.

Os fatores que devem impulsionar o crescimento do mercado de capitalização para 2019, a inteligência artificial como arma para combater a lavagem de dinheiro e os fundamentos da ética e o *compliance* como culturas a serem disseminadas pelas companhias, além de promoverem o crescimento econômico, foram temas de seminários específicos. De uma forma geral, autoridades e especialistas foram unânimes em reconhecer o papel fundamental do seguro para impulsionar o país nova escala socioeconômica.

Looking ahead, Susep superintendent Solange Vieira said the insurance market cannot do without four elements: technology, economic growth, social inclusion and disruption. Comparing the Brazilian market with the rest of the world, Solange recalled the enormous sector’s potential in the country. According to her, Brazil, in relation to other countries in terms of administration and brokerage fees, is far above the planetary reality and needs to “improve these two indicators”. On technology, debaters have positioned themselves on the inevitable widening of borders from the digital economy. Insurance is expected to incorporate technologies such as data science, blockchain, IoT - internet of things, among others, into the daily lives of companies. The applicability of temporary and intermittent insurance also merited deep consideration. Regulated by Susep, this form of insurance marketing poses an important challenge, according to experts who addressed the issue, to create new products and align with new e-commerce trends. The Surety was another thrilling theme on the conference agenda. All agreed that it is a risks management and capital cost reduction instrument, as well as stimulating investments in large infrastructure projects.

## Sustainability

In colleterals events was Sustainability in the side events, one that drew attention was the 1st Conference on Sustainability and Diversity. There were debates about policies for inclusion by gender, race and sexual orientation in the insurance market, as well as warnings about exposure to environmental risks. The conference made a clear message to those present: It is necessary to accelerate the policies of inclusion by gender, race and sexual orientation, otherwise the corporate representation process will be compromised and the business itself jeopardized.

The factors that should drive growth in the capitalization market for 2019, artificial intelligence as a weapon to combat money laundering, and the foundations of ethics and compliance as cultures to be disseminated by companies, as well as promoting economic growth, were themes specific seminars. Overall, officials and experts were unanimous in recognizing the fundamental role of insurance in propelling the country to a new socioeconomic scale.



**Na 1ª Conferência de Sustentabilidade e Diversidade, especialistas debateram o processo de inclusão como fundamental para a sobrevivência das empresas**

**At the 1st Sustainability and Diversity Conference, experts debated the process of inclusion as fundamental to business survival**





Fabio Protasio Oliveira, CEO da AIG no Brasil

---

# Setenta anos de inovação no Brasil

## Seventy years of innovation in Brazil

*Ao completar também 100 anos no mundo, AIG reforça seu DNA de pioneirismo no mercado nacional com alianças estratégicas inéditas, foco em pessoas e colaboração*

*Also celebrating 100 years worldwide, AIG strengthens its DNA in the national market with a unique, collaborative people-oriented strategy*

No auditório cheio, mais de cem pessoas acompanham as cenas no telão: a movimentação online e em tempo real das ameaças cibernéticas em todo o mundo. E então vem a notícia alarmante – o Brasil varia entre a quarta e quinta posição de país mais atacado no mundo, à frente, inclusive, dos Estados Unidos. Esta foi uma das informações compartilhadas com corretores parceiros da AIG em um dos recentes eventos de capacitação promovidos pela seguradora em São Paulo, focado, exclusivamente em seu Seguro de Riscos Cibernéticos.

Na ocasião, além de compartilhar as oportunidades de negócios em um mercado que, em 2019, movimentou R\$ 12 milhões no País, conforme a Superintendência de Seguros Privados (Susep) e que a AIG possui a liderança com 50% de participação – enquanto que globalmente gira entre US\$ 7 e 8 bilhões – os executivos da AIG comunicaram o acordo exclusivo com a consultoria Deloitte para atendimento aos segurados em caso de um ataque, ou mesmo suspeita. “Esta é mais uma experiência global que trazemos ao Brasil. Assim como já contamos com essa aliança em outros países, agora também conseguimos oferecer aos nossos clientes um serviço especializado por meio dos profissionais da Deloitte, que atuarão em um primeiro atendimento aos segurados, vítimas de um ataque cibernético”, explicou Fabio Protasio Oliveira, CEO da AIG no Brasil.

Com esse serviço agregado à apólice, a AIG é a primeira e única seguradora no Brasil a oferecer um atendimento imediato especializado em sinistros cibernéticos aos segurados, na tentativa de interrupção, bloqueio ou remediação logo nos primeiros momentos seguidos ao ataque. “Segundo estudos da IBM, o Brasil é o segundo país com mais demora na identificação e contenção de acidentes de vazamentos de dados. Em média, no Brasil, leva-se 250 dias para identificar o ataque e 111 dias para contê-lo. Por isso, o apoio da Deloitte aos nossos segurados é fundamental”, conta Flávio Sá, gerente de Linhas Financeiras da AIG.

Atualmente, o Seguro de Riscos Cibernéticos da AIG é um dos mais completos do mercado. Além da cobertura dos custos de notificação da empresa a seus clientes, em caso de vazamento de dados ou violação de privacidade, o seguro contempla o pagamento de multas que poderão ser aplicadas quando entrar em vigor a Lei de Proteção de Dados, em agosto de 2020. As apólices da AIG ofe-

In the crowded auditorium, more than 100 people watch the scenes on the big screen: the online, real-time movement of cyber threats around the world. Then comes the alarming news - Brazil ranges between the fourth and the fifth most attacked country in the world, even ahead of the United States. This was one of the informations shared with AIG's broker partners at one of the most recent training promoted by the insurance company in São Paulo, focused exclusively on Cyber Risk Insurance.

In addition to sharing business opportunities in a market that, in 2019, summed R\$ 12 million in Brazil, according to the Private Insurance Superintendence (Susep), in which AIG holds the leading position with a 50% market share - while globally the cyber insurance market accounts for \$7 and \$8 billion - AIG executives announced an exclusive deal with consulting firm Deloitte to assist policyholders in the event of an attack, or even suspicion thereof. “This is another global experience we bring to Brazil.

Just as we already have this alliance in other countries, we are now able to offer our clients a specialized service through Deloitte professionals, who will act as a first aid to our policyholders, victims of a cyberattack”, explained Fabio Protasio Oliveira, AIG Brazil's, General Manager.

With this policy-aggregated service, AIG is the first and only insurer in Brazil to offer immediate insured cyber claims assistance to policyholders in an attempt to interrupt, block or remedy the first few moments following the attack. “According to an IBM study, Brazil is the second country with the longest delay in identifying and containing data breach accidents. On average, in Brazil, it takes 250 days to identify the attack and 111 days to contain it. That is why Deloitte's support to our policyholders is fundamental”, says Flávio Sá, AIG Brazil's Financial Lines manager.

AIG Cyber Risk Insurance is one of the most complete product in the market. In addition to covering the notifying costs of the company to its customers, in case of data leakage or breach of privacy, the insurance includes the payment of fines that may be applied when the Data Protection Act, comes into effect, in August 2020. AIG policies provide policyholders with free additional specialized services, both in preventive measures such as IP monitoring, additional training for corporate techno-



recem serviços adicionais especializados e gratuitos aos segurados, tanto em medidas de prevenção, como monitoramento de IPs, capacitação adicional aos profissionais de tecnologias das empresas e diagnósticos iniciais.

“Os pedidos de cotação vêm duplicando ano a ano, e as contratações aumentaram em 60% neste ano em relação a 2018. São importantes indicadores de que corretores e clientes estão cada vez mais cientes das ameaças a que estão expostos e também vemos que o mercado nacional, independentemente de setor e tamanho do negócio, está se adequando às exigências da nova lei”, completa Oliveira.

### Penetração de mercado

Para a AIG, inovação vai além de produtos e tecnologias e passa também por estratégia e pelo jeito de fazer negócio. Desde o início deste ano, a seguradora, ao lado da Porto Seguro, vem trabalhando em um formato diferenciado de negócio que movimentou o setor e causou espanto pela ousadia, digamos, “fora da caixa”. Ao aproveitar as ‘fortalezas’ de cada uma das empresas – AIG e Porto – elas uniram-se em uma estratégia para o mercado de pequenas e médias empresas.

“No segmento de pequenas e médias empresas, nosso desafio estava na distribuição, diante do tamanho de nosso país e empresas existentes. Foi então que formalizamos a aliança estratégica com a Porto Seguro”, explica o CEO. Estão inclusos cinco produtos dirigidos ao mercado PME: Gestão Protegida D&O, Responsabilidade Civil Profissional, Riscos Cibernéticos, Ambiental Transporte e Operador Portuário, todos eles até um valor determinado de importância segurada que são hoje oferecidos pela AIG via canal corretor e passam a ser oferecidos pela Porto Seguro, por meio de seus canais de distribuição, contando com a garantia de proteção de resseguro da AIG. “É importante frisar que a AIG não deixou de comercializar nenhum desses produtos”, ressalta Oliveira.

As apólices cujas importâncias seguradas estiverem acima dos limites contratuais estipulados pela aliança firmada entre as empresas, assim como outros canais de distribuição e parceiros estratégicos, seguem atendidos regularmente pela AIG Seguros. E a aliança já está rendendo frutos às duas empresas. “Notamos uma receptividade muito positiva por parte dos corretores e pelo mercado de seguros em geral. Para 2020, esperamos consolidar a aliança com todos os produtos em operação e nosso negócio de resseguros, oferecendo o apoio necessário para o desenvolvimento do mercado de seguros em meio às milhares de pequenas e médias empresas distribuídas em todo o Brasil”, completa o CEO.

### 100 milhões de clientes

Com sua experiência mundial em seguros de grandes riscos e alta complexidade, a AIG consolidou-se, nestes 70 anos de Brasil, como sinônimo de inovação e pioneirismo, ao trazer ao país seguros avançados, tais como D&O (Seguro de Responsabilidade Civil para Diretores e Administradores), nos anos 90, Ambiental e Riscos Cibernéticos; já nos anos 2000 e, mais recentemente, os

logy professionals and initial diagnostics.

“Quotation requests have been doubling year after year and hiring has increased by 60% this year compared to 2018. They are important indicators that brokers and clients are increasingly aware of the threats they are exposed to and we also see that the domestic market, regardless of sector and size of business, is meeting the requirements of the new law”, adds Oliveira.

### Market penetration

For AIG, innovation goes beyond products and technologies. It also sets our strategy and the way we do business. Since the beginning of this year, the insurer, together with Porto Seguro, has been working in a differentiated format of business that has shaken the industry and caused astonishment for its "out of the box" boldness. By leveraging the 'strongholds' of each companies - AIG and Porto - they came together in a strategy for the small and medium business market.

“In the small and medium business segment, our challenge was distribution, given the size of our country and the amount of businesses spread in every corner. It was then that we formalized the strategic alliance with Porto Seguro”, explains the CEO. There are five included products aimed at the SME market: Protected D&O Management, Professional Liability, Cyber Risks, Environmental Transportation and Port Operator, all of them up to a certain amount of insured importance that were offered by AIG via broker channel and are now offered by Porto Seguro, through its distribution channels, with AIG's reinsurance protection guarantee. “It is important to note that AIG will not stop selling any of these products”, says Oliveira.

Policies with insured amounts are above the contractual limits established by the alliance between the companies, as well as other distribution channels and strategic partners, continue to be regularly met by AIG Seguros. And the alliance is already paying off to both companies. “We’ve noticed a very positive reception from brokers and the insurance market in general. By 2020, we expect to consolidate the alliance with all products in operation and our reinsurance business providing the necessary support for the insurance market development amidst the thousands of small and medium sized companies distributed throughout Brazil”, adds the CEO.

### 100 million customers

With worldwide experience in high risk and high complexity insurance, AIG has consolidated itself, in these 70 years of Brazil, as a synonym of innovation and pioneerism, bringing to the country advanced insurance, such as D&O, in the 90's, Environmental and Cyber Risks in the years 2000 and, more recently, M&A Insurance, currently the only insurer to offer this last product locally.

Seguros de Fusões & Aquisições (M&A), até hoje a única seguradora a oferecer o produto por aqui. Mas ao pensar em AIG, não se pode somente pensar no segmento de responsabilidade civil, patrimonial e linhas financeiras. Nos mais de 80 países em que atua, o setor de seguros pessoais compõe parte essencial de sua receita de mais de US\$ 47 bilhões, e no Brasil essa fatia é composta pelos seguros Viagem e Garantia Estendida, por meio da parceria com as principais bandeiras de cartões de crédito. Atualmente, a AIG é a seguradora parceira da MasterCard, Visa e Elo para a oferta a seus clientes dos seguros Viagem, Garantia Estendida, Compra Protegida e Preço Protegido como benefícios dos cartões. A depender da categoria do cartão e banco emissor, pelo menos um desses produtos é oferecido gratuitamente a portadores de cartões de crédito, diretamente pelo site da bandeira. Em um mercado de, aproximadamente, 100 milhões de cartões de crédito, a AIG diferencia-se em mais uma estratégia inovadora de parceria comercial direta com as bandeiras para a oferta de seguros gratuitos. “Mensalmente, são cerca de 50 mil novas emissões do bilhete de Seguro Viagem e Garantia Estendida pelos cartões de crédito. Ou seja, são 600 mil novos clientes por ano assegurados pela AIG, um benefício gratuito com serviço de apoio ao viajante, com atendimento em todo o mundo”, explica Alexandre Moreno, gerente de Linhas Pessoais da AIG no Brasil.

But when you think about AIG, you can't just think about the casualty, property and financial lines segment.

In the more than 80 countries it operates, the personal insurance industry makes up an essential part of AIG's revenues of more than \$ 47 billion, and in Brazil this portion is comprised of Travel and Extended Warranty insurances, through a partnership with leading brands of credit cards. Currently, AIG is the partner insurer of MasterCard, Visa and Elo to offer their customers Travel, Extended Warranty, Secure Purchase and Protected Price insurances as some of the card's benefits. Depending on the category of the card and issuing bank, at least one of these products is offered free of charge to credit card holders directly through the brand website.

In a market of approximately 100 million credit cards, AIG sets itself apart with another innovative strategy of direct commercial partnership with the brands to offer free insurance. “There are about 50,000 new issues of the Travel Insurance and Extended Warranty ticket by credit card each month. That is, there are 600,000 new customers per year insured by AIG, a free benefit with traveler support service worldwide”, explains Alexandre Moreno, AIG Personal Lines manager in Brazil.



Da esquerda para a direita, em pé: Flavio Sá, gerente de Financial Lines; Edson Souza, diretor de Produtos; Robson Golçalves, gerente de Resseguros; Fabio Oliveira, CEO da AIG. Da esquerda para a direita, sentados: Nathália Gallinari, gerente de Responsabilidade Civil e Ambiental; Vivian Rennó, gerente de Programas Mundiais; Alexandre Moreno, gerente de Linhas Pessoais, Diego Flores, especialista de Patrimonial; e Martin Molla, à frente de Transportes e Equipamentos

From left to right, standing up: Flavio Sá, Financial Lines Manager; Edson Souza, AIG's Product Director; Robson Gonçalves, Reinsurance Manager; Fabio Oliveira, CEO AIG Brazil. From left to right, sitting down: Nathália Gallinari, Casualty and Environmental Manager; Vivian Rennó, Multinational Manager; Alexandre Moreno, Personal Lines Manager; Diego Flores, Property Specialist; and Martin Molla, Head of Marine/Inland Marine



## Futuro pela frente

Muitos foram os marcos da AIG no Brasil nesses 70 anos de história. “Acompanhamos o desenvolvimento do Brasil ao longo desse período e temos orgulho em dizer que nossos produtos foram os escolhidos para assegurar grandes obras de infraestrutura que tornaram o país o que é hoje”, afirmou Fabio Protasio Oliveira. Além dos acordos comerciais com empresas referências em seu setor, como as mencionadas anteriormente, outra importante parceria foi a joint-venture com o Unibanco, até meados dos anos 2000.

E o que há adiante para a seguradora? “Antes de tudo, é preciso levar em consideração nossas pessoas. São elas que fazem o dia a dia da AIG e atuam como aliadas dos nossos corretores parceiros e clientes para uma melhor análise e gestão do risco”, explicou. Neste sentido, ainda segundo Oliveira, um ambiente mais integrado, de colaboração e aberto à diversidade é essencial para a evolução. Pensando nisso, ainda neste ano, a companhia estará de casa nova, em um espaço mais moderno e adaptado às necessidades atuais do mercado. O Espaço Colaborativo AIG, como é chamado internamente o novo escritório, reforçará a cultura de integração, transparência e excelência.

“Um valor importante na AIG é a diversidade e inclusão, e estimulamos nossos funcionários a serem aliados um dos outros em defesa da representatividade no ambiente de trabalho e na sociedade como um todo. Essa mesma postura adotamos com relação a nossos parceiros e clientes. Somos aliados no desenvolvimento e continuidade de seus negócios, no atendimento em momentos críticos, quando mais precisam de nós. E essa nossa cultura estará ainda mais presente no novo escritório”, explica o CEO. O executivo completa: “Estamos de portas abertas para compartilhar com o mercado as tendências e o que há de mais inovador em seguros e coberturas, para que continuemos referência nos próximos 70 anos”.

## Future ahead

Many have been the milestones of AIG in Brazil in these 70 years of history. “We have followed Brazil’s development over this period and are proud to say that our products were chosen to ensure major infrastructure works that made the country what it is today”, said Fabio Protasio Oliveira. In addition to trade agreements with leading companies in their sector, such as those mentioned above, another important partnership was the joint venture with Unibanco until the late 2000s.

What lies ahead for AIG Brazil? “First and foremost, we need to consider our people. They are the ones who made our daily routines at AIG and act as allies of our broker partners and clients for better risk analysis and management”, he explained. In this sense, still according to Oliveira, a more integrated, collaborative and open environment for diversity is essential for evolution. With this in mind, later this year, the company will have a new home, in a more modern space and adapted to current market needs. The AIG Collaborative Space, as the new office is called internally, will strengthen the culture of integration, transparency and excellence.

“A key value at AIG is diversity and inclusion, and we encourage our employees to be allies of one another in defense of representativeness in the workplace and in society as a whole. It’s the same approach towards our partners and client. We are allies in the development and continuity of their businesses, in service in critical moments, when they need us most. And our culture will be even more present in the new office”, explains the CEO. The executive adds: “Our doors are open to share with the market the trends and the most innovative insurance and coverage, so that we can continue to be a reference for the next 70 years”.

## Fomento à cultura do seguro

Ao trazer seguros até então desconhecidos ao mercado brasileiro, a AIG sempre se posicionou ao lado dos corretores e entidades de classe do setor como aliada ao desenvolvimento da cultura de seguros. Em mais uma iniciativa para mostrar o valor e possibilidade do segmento, desde o início deste ano, a AIG oferece ao mercado nacional o blog Negócio Seguro AIG ([www.negocioseguroaig.com.br/](http://www.negocioseguroaig.com.br/)), uma plataforma de conteúdo focada na contribuição do seguro como investimento e parte do planejamento empresarial em diferentes segmentos.



Souza: blog é canal direto entre os especialistas

Souza: blog is a direct channel between company specialists

## Promotion of insurance culture

By bringing previously unknown insurance products to the Brazilian market, AIG has always positioned itself alongside brokers and industry-class entities as an ally of the insurance culture development. In yet another initiative to show the value and possibility of the industry, AIG has created Negócio Seguro AIG blog (AIG Secure Business blog), a content platform focused on the contribution of insurance as investment and part of business planning in different segments.

The blog is a direct channel between company specialists

O blog é um canal direto entre os especialistas da companhia, profissionais e empresas das áreas de varejo, logística e transportes, indústria, agronegócio, comércio e serviços, além de ser uma importante fonte de informações para corretores. “Abordamos os diferentes riscos em vários segmentos de negócio e como o seguro pode atuar. Procuramos trabalhar uma linguagem simples e clara para que empresários e também corretores possam conhecer as possibilidades e atuação dos seguros nas mais variadas situações, de riscos mais cotidianos às situações mais inusitadas, que, pela experiência de nossos profissionais, são possíveis de acontecer e capazes de causar perdas e interrupções graves no negócio”, explica Edson Souza, diretor de Produtos da AIG.

and companies from retail, supply chain and transportation, manufacturing, agribusiness and services, as well as being an important source of information for brokers. “We address the different risks in various business segments and how insurance can act. We aim to work in a simple and clear language so that entrepreneurs and brokers can know the possibilities and role of insurance in the most varied scenarios, from everyday risks to the most unusual situations, which, by the experience of our professionals, are possible to happen and capable of causing serious business losses and disruptions”, explains Edson Souza, AIG Product Director.

### Referência na América Latina

A AIG na América Latina está presente em cinco países - Brasil, México, Equador, Porto Rico e Venezuela, com operações de seguros e resseguro, esta última por meio do AIG Facultative Desk, Latin America com sede em Miami, nos Estados Unidos. A região tem papel significativo nas operações de Seguros Gerais da companhia. “Cada país conta com suas estratégias e particularidades, mas que combinadas reforçam o potencial para nosso crescimento e expansão internacional”, explica Paride Della Rosa, CEO da AIG para a América Latina e Caribe.

Além das alianças firmadas no Brasil, o executivo ressalta que estratégias de parceria e inovação também acontecem em outros países: “No Equador, temos uma parceria com o Grupo Pichincha, à frente do maior banco do país, o Banco Pichincha, e responsável pela operação local da bandeira Diners. No México, fomos a primeira companhia a lançar o seguro de automóvel por quilometro e, no início deste ano, lançamos a plataforma de Resseguro Facultativo em Miami, onde trabalhamos com companhias cedentes e corretores de resseguros no resto da região”.



**Paride: potencial para crescimento e expansão**

**Paride: potential for growth and expansion**


### Reference in Latin America

AIG in Latin America is present in five countries - Brazil, Mexico, Ecuador, Puerto Rico and Venezuela with insurance and reinsurance operations, the latter through AIG Facultative Desk, Latin America based in Miami, United States. The region plays a significant role in the company's General Insurance operations. “Each country has its own strategies and particularities, and they all combined reinforce the potential for our international growth and expansion”, explains Paride Della Rosa, AIG CEO for Latin America and the Caribbean.

In addition to the alliances signed in Brazil, the executive points out that partnership and innovation strategies also happen in other countries: “In Ecuador, we have a partnership with the Pichincha Group, owner of the largest bank in the country, Banco Pichincha, and

responsible for the Diners credit card flag operation. In Mexico, we were the first company to launch auto insurance per mile and earlier this year we launched the Facultative Reinsurance platform in Miami where we work with ceding companies and reinsurance brokers in the rest of the region”.





Assim como praia sem mar,  
futebol sem bola e cinema sem pipoca,  
**a SulAmérica não faz  
sentido sem você.  
Corretor de Seguros.**



**12 de outubro**

Uma homenagem da SulAmérica  
aos Corretores de Seguros.



  
**SulAmérica**



# ENS firma-se como escola de negócios em seguros

## ENS reinforces as an insurance business school

A Escola Nacional de Seguros se torna uma instituição de negócios e seguros ao intensificar novas frentes de ensino para levar sua *expertise* a outras áreas afins à de seguros, ampliando fronteiras para divulgar a cultura e conceitos sobre o setor. O seu novo modelo de atuação prevê acordos com outras entidades para criar uma rede de parceiros em todo o País, responsável, com as coordenadorias da ENS, pela oferta e operacionalização de cursos.

Outra aposta para fortalecer a nova posição da ENS está na Escola Virtual, que expande o leque de programas de níveis técnico e superior para alunos de todas as regiões do Brasil. Somente neste ano, a instituição lançou cinco novos MBAs, que contemplam áreas de grande importância para o desenvolvimento do mercado de seguros: marketing, liderança de pessoas, gestão de negócios de serviços, transformação digital e gestão de serviços de saúde.

Para 2020, estão previstos 43 cursos inéditos, entre MBAs e programas de curta e média duração. Também entrarão no portfólio cinco novas graduações tecnológicas. Os programas serão promovidos no Rio de Janeiro, em São Paulo e, no resto do País, utilizando ensino online de última geração.

De acordo com o diretor de Ensino Superior da ENS, Mario Pinto, os novos cursos irão ampliar a disseminação de conhecimento sobre seguros para setores fundamentais. “Temos infraestrutura e docentes de excelência para oferecer capacitação a executivos de alta gestão, de diferentes áreas de negócios”.

No projeto Travessia, nome do Planejamento Estratégico em curso na ENS, o diretor-geral, Tarcísio Godoy, ratifica que atuar como uma escola de negócios e seguros irá ampliar e intensificar os esforços para atender às demandas da indústria. “Este posicionamento demonstra como estamos comprometidos com o setor e a capacitação de seus profissionais. Pretendemos ampliar e dinamizar os programas de certificação e de nível técnico”.

O presidente da Escola, Robert Bittar, reafirma o posicionamento atual concluindo que “são quase 50 anos de experiência e, a cada momento, precisamos aprimorar nossa atuação e transcender barreiras ao treinamento para o setor”. Mesma opinião tem a diretora de Ensino Técnico da ENS, Maria Helena Monteiro. “Temos um sólido modelo que nos permite ofertar um leque completo de programas, abrangendo todas as etapas de formação para o setor. Transmitir conhecimentos sobre riscos e seguros é a nossa missão e vocação”.

The National Insurance School (Escola Nacional de Seguros) had become a business and insurance institution upon intensifying new educational fronts to take its expertise to other areas related to insurances, enlarging frontiers for spreading the culture and concepts about the sector. Its new acting model foresees partnerships with other entities in order to create a network of partners all across the country, responsible, with ENS coordination, for offering and operationalizing courses programs.

Another bet to strengthen the ENS's new position is in the Virtual School, which expands the programs range in the technical and higher levels for students in all of Brazil's regions. This year alone, the institution launched five new MBA courses, that contemplate areas of great importance for the development of the insurance market: marketing, people leadership, service business management, digital transformation and health services management.

For 2020, 43 new courses, among MBAs and short and medium duration programs, are expected. Five new technology undergrad programs will also enter the portfolio. The programs will be promoted in Rio de Janeiro, São Paulo and in the rest of the country, using cutting edge online education technology.

According to ENS's higher education director, Mario Pinto, the new courses will expand the dissemination of knowledge about insurance to fundamental sectors. “We have the excellence in infrastructure and academic body to offer capacitation to high management executives, from different business areas”.

In the “Travessia” Project, name of the current Strategic Planning of ENS, de general director, Tarcísio Godoy, ratifies that acting as a business and insurance school will enlarge and reinforce efforts to meet the industry's demands. “This positioning demonstrates how we are committed with the sector and the capacitation of its professionals. We plan to enlarge and dynamize the certification and technical level programs”.

The school's president, Robert Bittar, reaffirms the current positioning concluding that “there are almost 50 years of experience and, at each moment, we need to improve our acting and transcend barriers to the training for the sector”. The ENS's director of Technical Education, Maria Helena Monteiro, shares this view. “We have a solid model that allows us to offer a complete range of programs, that embrace all formation stages for the sector. To transmit knowledge about risks and insurances is our mission and calling”.

# Com a Fator você vai longe!

fator   
fator seguradora

Participe da nossa campanha **Foco, Força, Fator** e concorra a uma **viagem para curtir com a família** toda. É simples!

Cote Seguro  
Responsabilidade  
Civil Profissional  
(E&O) pelo Portal  
do Corretor



Emita a apólice



Acumule pontos



Prêmios  
imperdíveis



## COMO AS MINHAS VENDAS SÃO REVERTIDAS EM PONTOS?

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

Valor em pontos = R\$ 40,00 = 40 pontos

## COMO POSSO PARTICIPAR?

### É bem rápido, corretor!

Se você já é cadastrado na Fator, acesse o site da campanha e participe: [www.focoforcafator.com.br](http://www.focoforcafator.com.br)

Se você ainda não faz parte da Fator, acesse [www.fatorseguradora.com.br](http://www.fatorseguradora.com.br) e escolha a opção PORTAL DO CORRETOR, onde poderá fazer cotações e emitir apólices deste produto de forma rápida e direta na plataforma. Clique em CADASTRAR CORRETORA e siga o passo a passo!

Cadastre-se na promoção e concorra a prêmios, inclusive uma superviagem.

**PARTICIPE, ACUMULE PONTOS  
E RESGATE SEUS PRÊMIOS!**



**FOCO  
FORÇA  
FATOR**



# LGPD e os riscos do operador portuário

## GDPL and port operator risks

Os eventos realizados pelo Clube Internacional de Seguros de Transportes (Cist) têm atraído um número expressivo de profissionais do setor em função da atualidade dos temas. Em São Paulo, o workshop “Lei Geral de Proteção de Dados e Responsabilidade Civil Geral Operador Portuário” foi um exemplo claro, dividido em dois painéis distintos. A primeira palestra, “Lei Geral de Proteção de Dados, os Impactos no Mercado de Seguro e Transporte de

Carga”, foi ministrada pela sócia da área de Seguros e Resseguros do Demarest Advogados, Márcia Cicarelli. Inicialmente, a palestrante fez um alerta importante quanto ao uso indiscriminado das informações: “O vazamento de dados impacta fortemente na reputação das empresas. E é essa reputação que está em jogo”. Segundo Márcia, a Lei 13.709/2018 (LGPD) gera uma nova necessidade de compliance. A norma entrará em vigor em 15 de agosto de 2020 e altera a Lei 12.965/2014 – Marco Civil da Internet. A advogada ressaltou também um fato importante: as empresas que conseguirem se adaptar à lei passam a ter vantagem competitiva em relação aos players.

O segundo painel abordou o tema “Responsabilidade Civil Geral Operador Portuário - Riscos Intrínsecos da Operação e Desafios do Setor”, conduzido pelo sócio administrador da Smera-BSI Claims Group e regulador militante no segmento de avarias marítimas, Christian Smera. De acordo com o especialista, há 35 portos públicos operando no Brasil, mas seria necessário o aporte de R\$ 25 bilhões para a ampliação e modernização dos terminais. “Não adianta ter eficiência nos portos se não houver cuidados com a infraestrutura ferroviária, por exemplo”, ressaltou Smera. Em sua exposição, ele mencionou os riscos que correm os operadores, os aspectos relevantes a esses riscos e casos de acidentes ocorridos no transporte de cargas.



**Márcia Cicarelli ministrou a palestra “Lei Geral de Proteção de Dados, os Impactos no Mercado de Seguro e Transporte de Carga”**

**Márcia Cicarelli gave the lecture “General Data Protection Law, Impacts on the Insurance and Cargo Transportation Market”**

The events held by the International Transportation Insurance Club (Cist) have attracted a significant number of industry professionals due to current issues. In São Paulo, the workshop “General Data Protection Law and General Liability Port Operator” was a clear example, divided into two distinct panels. The first lecture, “General Data Protection Law, Impacts on the Insurance and Cargo Transportation

Market”, given by Demarest Advogados Insurance and Reinsurance partner, Márcia Cicarelli.

Initially, the speaker made an important warning about the indiscriminate use of information: “Data leakage strongly impacts the reputation of companies. And it is this reputation that is at stake”. According to Márcia, Law 13.709 / 2018 (LGPD) generates a new need for compliance. The act will come into force on August 15, 2020 and amends Law 12.965 / 2014 - Internet Civil Framework. The lawyer also highlighted an important fact: companies that can adapt to the law have a competitive advantage over other players.

The second panel addressed the topic “General Liability Port Operator - Intrinsic Risks of Operation and Sector Challenges”, led by the managing partner of Smera-BSI Claims Group and militant regulator in the maritime breakdown segment, Christian Smera. According to the expert, there are 35 public ports operating in Brazil, but it would be necessary to invest R\$ 25 billion to expand and modernize the terminals. “There is no point in being efficient in ports if there is no care with railway infrastructure, for example”, said Smera. In his presentation, he mentioned the risks that operators face, the aspects relevant to these risks and cases of accidents occurring in cargo transportation.





O ano está voando,  
mas ainda dá tempo  
de carimbar seu  
passaporte para  
**DUBAI**  
e garantir prêmios  
incríveis!

Nós piscamos e já é Setembro, o mês das flores. E para quem não abre mão de aproveitar a estação que tem tudo a ver com o ar livre, as vantagens do **Clube Sou + Previsul** chegaram para deixar a primavera ainda melhor!

Troque hoje mesmo seus pontos adquiridos no Clube Sou + Previsul por bicicletas, livros, fones de ouvido e dezenas de prêmios para você curtir + tempo ao ar livre.

E além de garantir prêmios incríveis por mês, você concorre a uma viagem para conhecer as maravilhas de **Dubai**, entre elas o **Dubai Miracle Garden**, o maior jardim de flores do mundo!

Carimbe seu passaporte para um dos destinos + exóticos da atualidade com o **Clube Sou + Previsul!**



\* Confira o regulamento no Portal do Corretor.

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

previsul  
SEGURODORA

+ completa  
por ter VOCÊ.

@previsulseguradora

@previsul-seguradora

@previsul.seguradora

# Mais conhecimento sobre riscos de engenharia

## More knowledge about engineering risks

Os sinais de melhora no setor de construção civil – em sintonia com a retomada dos projetos de infraestrutura no país – colocam em evidência o Seguro de Riscos de Engenharia. Aproveitando este momento, a Federação Nacional de Seguros Gerais (FenSeg) lançou recentemente o *Guia Referencial – Seguros de Riscos de Engenharia*. É um documento que traz orientações úteis sobre esta área específica e, assim, fortalecer os vínculos entre segurado, corretor de seguros, seguradoras e resseguradoras.



**Segundo indicadores da Susep, carteira de Seguro de Riscos de Engenharia está aquecida**

**According to Susep indicators, Engineering Risk Insurance portfolio is heated**

Signs of improvement in the construction sector - in line with the resumption of infrastructure projects in the country - highlighted the Engineering Risks Insurance. Taking advantage of this moment, the National Federation of General Insurance (FenSeg) recently launched the Reference Guide - Engineering Risks Insurance. It is a document that provides useful guidance on this specific area and thus strengthen

the links between insured, insurance broker, insurers and reinsurers.

### Conceitos

A publicação, de 40 páginas, detalha os conceitos básicos desta modalidade de seguro, a quem ele se destina, as partes envolvidas, as principais coberturas que podem ser contratadas, entre outros itens. Em paralelo, explica como contratar uma apólice, incluindo informações básicas solicitadas pela seguradora e suas aplicações.

“A preocupação do segurado em cuidar do seu bem é o que move os seguros de riscos de engenharia. O principal objetivo é protegê-lo de possíveis danos materiais, assim como da perturbação em seus negócios causados por atrasos no início de suas operações”, explicam o presidente da FenSeg, Antonio Trindade, e o diretor-executivo, Danilo Silveira.

Na opinião do presidente da Comissão de Riscos de Engenharia da FenSeg, Fábio Silva, “o seguro está em linha com as demandas da sociedade e cobre desde pequenas obras até grandes projetos de infraestrutura”. Os indicadores da Superintendência de Seguros Privados (Susep) mostram que a demanda pela carteira está aquecida. Entre janeiro e maio de 2019, o Seguro de Riscos de Engenharia arrecadou R\$ 264,4 milhões em prêmios, crescimento de 138,7% em relação a igual período de 2018. Somente em maio, essa expansão chegou a 151%.

### Concepts

The 40-page publication details the basic concepts of this type of insurance, its intended purpose, the parties involved, the main coverage that can be contracted, among other items. In parallel, it explains how to contract a policy, including basic information requested by the insurer and its applications. “The insured’s concern with taking care of his property is what drives engineering risk insurance. The main objective is to protect you from possible material damage as well as disruption to your business caused by delays in the start of your operations”, explains FenSeg President Antonio Trindade and executive director Danilo Silveira. In the opinion of the chairman of FenSeg Engineering Risks Commission, Fábio Silva, “insurance is in line with society’s demands and covers everything from small works to large infrastructure projects”. The indicators of the Private Insurance Superintendence (Susep) show that the demand for the portfolio is heated. Between January and May 2019, Engineering Risk Insurance collected premiums of R\$ 264.4 million, an increase of 138.7% over the same period of 2018. In May alone, this expansion reached 151%.

# SAFETY SECURITY

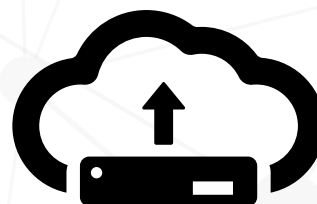
## TELEMETRIA

Disponibiliza informações completas com mais eficácia, para conduzir o seu caminhão com maior produtividade e menor custo operacional. Para contratar o Plano de Telemetria converse com nossa equipe de vendas.



## CAIXA PRETA

Os Rastreadores da linha Connect com os planos de Telemetria e Caixa Preta contratados permitem que sejam gravados a cada segundo informações importantes para melhor gestão do veículo.



\*Necessário contratar plano de Telemetria e Caixa Preta.

## CONTROLE DE JORNADA INTERATIVO

Acompanhe informações detalhadas sobre a viagem, o veículo e o motorista.



## ROTOGRAMA



Mapeie áreas de risco específicas;



Embarque os alertas de acordo com cada necessidade de cada viagem;



Os alertas são emitidos na cabine.



\*Necessário contratar plano de Telemetria, Caixa Preta e Rotograma.



# TRUCKS CONTROL

Rastreamento, Conectividade, Interatividade e Comunicação Global.

Comunicação Satélite de Alta Órbita: **inmarsat**

Equipamento: **ORBCOMM**



# Negócios atrativos no horizonte

## Attractive business in the horizon



Antrakt Photos/Divulgação

**Mesa de autoridades: (esq. p/ dir.): presidente da APTS, Octavio Milliet, diretor da Tokio Marine, Valmir Rodrigues, presidente do Sincor-SP, Alexandre Camillo, presidente da Tokio Marine, José Adalberto Ferrara, mentor do CCS-SP, Evaldir Barboza de Paula, diretor da Tokio Marine, João Luiz de Lima, e superintendente George Dutra**

**Board of directors: (left): APTS president Octavio Milliet, Tokio Marine director, Valmir Rodrigues, Sincor-SP president, Alexandre Camillo, Tokio Marine president, José Adalberto Ferrara, CCS-mentor SP, Evaldir Barboza de Paula, director of Tokio Marine, João Luiz de Lima, and superintendent George Dutra**

O Clube dos Corretores de Seguros de São Paulo (CCS-SP) recebeu no Circolo Italiano, em seu tradicional almoço mensal, a diretoria da Tokio Marine Seguradora. Acompanhado de outros executivos, o presidente José Adalberto Ferrara apresentou os números do desempenho da empresa nos últimos sete anos, produtos e ferramentas recém-lançados e o planejamento estratégico para até 2022. Um dos recentes lançamentos é o Tokio Marine Aluguel, tanto para pessoa física como jurídica. Segundo Ferrara, o diferencial é a garantia do preço cotado, sem acréscimos. “Isso faz a diferença no mercado de fiança locatícia”, disse. Outra novidade é o seguro para safras agrícolas, que abrange 82 culturas. “Lançamos há três meses e já alcançamos R\$ 60 milhões em produção”, revelou. Ferrara também citou os seguros D&O e o RC Eventos, além do seguro para frotas de três a 50 veículos, com preço online, e o seguro para pequenos embarcadores e transportadores. Segundo o executivo, o seguro Auto Popular da companhia passou por reformulações e agora cobre desde veículos zero-quilômetro até com 25 anos de idade. “A vantagem é que podemos usar peças compatíveis, o que torna o preço 30% menor que outras modalidades de seguro de automóvel”, disse.

The São Paulo Insurance Brokers Club (CCS-SP) hosted at the Circolo Italiano, in the traditional monthly lunch, the board of Tokio Marine Seguradora. Accompanied by other executives, president José Adalberto Ferrara presented the company's performance figures for the past seven years, newly launched products and tools, and strategic planning for 2022.

One of the recent releases is Tokio Marine Aluguel (lease insurance), for both individuals and companies. According to Ferrara, the differential is the guarantee of the quoted price, without surcharges. “It makes a difference in the lease insurance market”, he said. Another release is crop insurance, which covers 82 crops. “We launched three months ago and have already reached R\$ 60 million in sales”, he revealed.

Ferrara also cited D&O and Events Liability insurance, as well as online three to 50 vehicle fleet insurance and small shipper and carrier insurance. According to the executive, the company's Auto Popular insurance has been reformulated and now covers from zero-kilometer vehicles to 25 years old ones. “The advantage is that we can use compatible parts, which makes the price 30% lower than other auto insurance”, he said.

# Dúvidas sobre seguros? Pergunta lá na Som.us



A Som.us Assessoria em Seguros desenvolveu uma web-série para responder as principais dúvidas dos corretores de seguros. O programa, divulgado todas as quartas-feiras nas redes sociais da empresa, pretende levar de forma objetiva e descontraída conteúdos relevantes para o público. “Nós queremos entregar para o corretor de seguros informações importantes do mercado, conceitos, dicas de vendas e oportunidades de negócios de maneira concisa e estruturada no formato de perguntas e respostas. O objetivo é criar conteúdos que ajudem o corretor a divulgar a importância do mercado e produtos de seguros para seus clientes”, diz Raquel Monteiro, Marketing da Som.us. As perguntas podem ser enviadas pelas redes sociais ou para o e-mail [marketing@som.us](mailto:marketing@som.us) com o título **#perguntalanasomus**.

Confira o primeiro vídeo da série **#perguntalanasomus**:

<http://twixar.me/8nJl>

Dúvidas? Pergunta lá na Som.us:

**Instagram:** @som.us

**Facebook:** <https://www.facebook.com/som.us.br/>

**Linkedin:** <https://www.linkedin.com/company/som.us>

## SOBRE A SOM.US

Som.us reúne em um único grupo a mais completa consultoria e um abrangente canal de distribuição de seguros e resseguros da América Latina. Oferece um completo portfólio de produtos e serviços, assessoria técnica, comercial e operacional simplificando e facilitando o acesso a produtos, aproximando ofertas e demandas e conectando clientes, corretores, seguradoras e resseguradoras.



# Resultados comprovam eficiência

## Results verify efficiency

O Grupo Generali concluiu o primeiro semestre de 2019 com excelentes resultados nos segmentos de vida e P&C (seguros gerais). Segundo a companhia, os números mostram a capacidade do grupo em gerar valor financeiro e industrial sustentável para todos os *stakeholders*. “O primeiro semestre do ano confirma a implementação efetiva e disciplinada do plano estratégico trienal ‘Generali 2021’ em todos os segmentos de negócios. A Generali, hoje, é um grupo de seguros e gestão de ativos cada vez mais global, com excelência técnica nos segmentos de Vida e P&C e especialização diferenciada em gestão de ativos”, resalta Philippe Donnet, CEO do Grupo Generali. Veja os resultados:



**Donnet: primeiro semestre do ano confirma a implementação efetiva e disciplinada do plano estratégico trienal Generali 2021**  
**Donnet : first half of the year confirms effective implementation and disciplined 'Generali 2021' three-year strategic plan**

- O resultado operacional cresceu 7,6%, para € 2.724 milhões (€ 2.532 milhões no 1S 2018), graças ao desenvolvimento positivo em todos os segmentos de negócios;
- O lucro líquido do grupo foi de € 1,8 bilhão (+ 34,6%), incluindo também o resultado de operações descontinuadas. O lucro líquido ajustado subiu para € 1,3 bilhão (+ 6,4%);
- As entradas líquidas de seguros de vida aumentaram para € 7,4 bilhões (+ 29,5%) e as reservas técnicas atingiram € 358 bilhões (+ 4,3%). Os prêmios brutos emitidos totalizaram € 35,7 bilhões (+ 1,8%), devido ao desempenho positivo dos segmentos Vida e P&C;
- As melhorias nos segmentos Vida e P&C ocorreram principalmente devido à excelente rentabilidade técnica, confirmada pelo coeficiente combinado em 91,8% (- 0,2 p.p.) e pela Margem de Novos Negócios em 4,40% (- 0,18 p.p.);
- O lucro líquido da Gestão de Ativos foi de € 133 milhões (+ 22%), devido ao crescimento dos ativos sob gestão e à consolidação das receitas das novas pequenas empresas especializadas em gestão de ativos;
- O Índice de Solvência Regulatória Preliminar se mantém sólido em 209% (217% no exercício financeiro de 2018; - 8 p.p.).

The Generali Group completed the first half of 2019 with excellent results in Life and P&C segments. According to the company, the figures show the group's ability to generate sustainable financial and industrial value for all stakeholders. “The first half of the year confirms the effective and disciplined implementation of the 'Generali 2021' three-year strategic plan in all business segments. Today, Generali is an increasingly global insurance and asset management group, with technical excellence in the Life and P&C segments and special expertise in asset management”, said

Philippe Donnet, CEO of Generali Group.  
See the results:

- Operating income increased 7.6% to € 2,724 million (€ 2,532 million in 1Sem 2018), thanks to the positive development in all business segments;
- Group net income was € 1.8 billion (+ 34.6%), also including the result of discontinued operations. Adjusted net income rose to € 1.3 billion (+ 6.4%);
- Net life insurance inflows increased to € 7.4 billion (+ 29.5%) and technical reserves reached € 358 billion (+ 4.3%). Gross premiums written totaled € 35.7 billion (+ 1.8%), due to the positive performance of the Life and P&C segments;
- The improvements in the Life and P&C segments were mainly due to the excellent technical profitability, confirmed by the combined coefficient at 91.8% (- 0.2 pp) and the New Business Margin at 4.40% (- 0.18 pp). ;
- Asset Management's net income was € 133 million (+ 22%), due to the growth in assets under management and the consolidation of revenues from new small companies specializing in asset management;
- The Preliminary Regulatory Solvency Ratio remains solid at 209% (217% in fiscal year 2018; - 8 pp).



# Acordo potencializa competitividade

## Agreement boosts competitiveness

O mercado ainda repercute uma das maiores transações financeiras dos últimos tempos no setor de seguros. A SulAmérica assinou contrato de venda de sua operação de seguros de automóveis e ramos elementares para a Allianz, no valor de R\$ 3 bilhões ou 667 milhões de euros. O fechamento do negócio ocorrerá após aprovação de órgãos reguladores, o que pode acontecer até agosto de 2020. Até lá, ambas as empresas conti-

nuarão trabalhando de forma independente uma da outra. "O mercado ganha mais relevância com esse novo investimento da Allianz, que reconhece o modelo de negócios desenvolvido pela SulAmérica, investindo ainda mais e acreditando no potencial do setor de seguros brasileiro", afirmou o presidente da companhia, Gabriel Portella. O acordo fará com que a seguradora concentre seus esforços nos segmentos de saúde, odontologia, vida e previdência, além da operação de gestão de ativos realizada por meio da SulAmérica Investimentos. Segundo a empresa, todas estas operações combinadas representam atualmente algo em torno de 85% do faturamento consolidado do Grupo no primeiro semestre de 2019.

Para a Allianz, a aquisição irá fortalecer a sua posição competitiva no Brasil, tornando-a como uma das três principais seguradoras no país. Com 15% de market share em seguro de Automóvel e 9% em Ramos Elementares, a Allianz ocupará o segundo lugar em Auto. "Estamos alcançando de maneira muito clara uma posição de liderança para competir efetivamente no crescente mercado de ramos elementares do Brasil, a maior economia da América do Sul", destacou o *chief executive officer* da Allianz SE, Oliver Bäte. A companhia ressalta que a transação amplia a oferta de produtos e serviços aos clientes e oferece oportunidades para aumentar a presença geográfica no País.

Complementando o CEO da Allianz Seguros Eduard Folch afirma, "que será criada uma nova companhia no Brasil, combinando as melhores pessoas de ambos os lados e formando uma excelente equipe que aproveitará as oportunidades do mercado brasileiro com total comprometimento e confiança.



Eduard Folch: "Será criada uma nova companhia no Brasil"  
Eduard Folch: "A new company will be created in Brazil"

The market still resonates with one of the largest financial transactions of recent times in the insurance industry. SulAmérica has signed an agreement to sell its auto and P&C insurance business to Allianz, in the amount of R\$ 3 billion or 667 million euros. The deal will close after regulatory approval, which could happen until August 2020. Until then, both companies will continue to work independently of each other.

"The market becomes more relevant with this new investment by Allianz, which recognizes the business model developed by SulAmérica, investing even more and believing in the potential of the Brazilian insurance industry", said the company's president, Gabriel Portella. The agreement will make the insurer concentrate its efforts in the health, dental, life and pension segments, as well as the asset management operation carried out through SulAmérica Investimentos. According to the company, all these combined operations currently represent around 85% of the Group's consolidated revenues in the first half of 2019.

For Allianz, the acquisition will strengthen its competitive position in Brazil, making it one of the top three insurers in the country. With a 15% market share in auto insurance and 9% in P&C branches, Allianz will occupy second place in auto. "We are very clearly reaching a leading position to effectively compete in Brazil's growing P&C market, the largest economy in South America", said Allianz SE Chief Executive Officer Oliver Bäte. The company points out that the transaction expands the offer of products and services to customers and offers opportunities to increase the geographic presence in the country.

Complementing Allianz Seguros CEO Eduard Folch states, "A new company will be created in Brazil, combining the best people on both sides and forming an excellent team that will take advantage of the opportunities of the Brazilian market with total commitment and confidence.

# “Queremos mais concorrência no mercado”

# “We want more competition in the market”

O início do segundo semestre letivo dos cursos de ensino superior da Escola Nacional de Seguros (ENS) não poderia começar melhor. A superintendente da Susep, Solange Vieira, ministrou aulas-magnas nos auditórios da instituição em São Paulo e no Rio de Janeiro. E o tema da palestra também não poderia ser mais providencial: “O Desenvolvimento do Mercado de Seguros: Regulação e Oportunidades”. Alunos,

professores, personalidades do setor e colaboradores da ENS lotaram os auditórios.

No Rio de Janeiro, as atividades foram abertas pelo presidente da Escola, Robert Bittar, que agradeceu a participação da superintendente. Em seguida, o diretor-geral da instituição, Tarcísio Godoy, enalteceu a relevância do encontro para a formação de profissionais do setor. “Há 48 anos a ENS tem priorizado oferecer um treinamento de excelência para corretores, seguritários e para a sociedade em geral, por meio de programas de ensino e de palestras”, afirmou.

Solange iniciou a aula afirmando que o objetivo era provocar a reflexão sobre o conceito do seguro e como trabalhá-lo para a sua expansão no Brasil. “Nosso setor ainda é muito incipiente perto do que pode abranger”. A superintendente mostrou a importância e a participação do segmento em todas as atividades da sociedade, tanto para pessoas quanto para negócios. “É impensável, por exemplo, o mundo da exportação sem seguros. O comércio internacional não existiria se não tivéssemos os seguros”.

A executiva ressaltou pilares onde o setor tem atuação essencial para a sociedade, entre eles o desenvolvimento econômico. “O segmento é um investidor institucional. A indústria de seguros mobiliza hoje um percentual do PIB enorme, com quase R\$ 1 trilhão de reservas acumuladas. É um elemento fundamental para a formação de poupança de longo prazo no País”.



**Solange: seguro é elemento fundamental para a formação de poupança**

**Solange: Insurance is a fundamental element for the savings constitution**

The beginning of the second semester at the National Insurance School (ENS) higher education courses could not start better. Susep superintendent Solange Vieira gave lectures at the institution's auditoriums in São Paulo and Rio de Janeiro. The lecturer's theme could not be more providential: “Insurance Market Development: Regulation and Opportunities”. ENS students, teachers, industry personalities and employees filled the auditoriums.

In Rio de Janeiro, the activities were opened by the school president, Robert Bittar, who thanked the superintendent for her participation. Then, the institution's general director, Tarcísio Godoy, praised the relevance of the meeting for the education of professionals in the sector. “For 48 years, ENS has been prioritizing providing excellent training for brokers, insurance companies and society at large through teaching and lecture programs,” he said.

Solange started the class stating that the objective was to provoke reflection on the concept of insurance and how to work it towards its expansion in Brazil. “Our industry is still very incipient near what it can cover”. The superintendent showed the importance and participation of the segment in all activities of society, both for people and business. “For example, the uninsured export world is unthinkable. International trade would not exist if we did not have insurance”.

The executive highlighted pillars where the sector has essential role for society, including economic development. “The segment is an institutional investor. The insurance industry today mobilizes a huge percentage of GDP, with almost R\$ 1 trillion of reserves accumulated. It is a fundamental element for the formation of long-term savings in the country”.

Through practical examples and cases of accidents, such as the fire that destroyed the National Museum in Rio de Janeiro, the speaker demonstrated how insuran-



Por meio de exemplos práticos e de cases de acidentes, como o incêndio que destruiu o Museu Nacional, no Rio de Janeiro, a palestrante demonstrou como os seguros são fundamentais para a prevenção e mitigação de riscos em todos os tipos de negócios, sejam eles de exportação e importação, de fábricas, óleo e gás, e aviação. Ela lembrou ainda que os seguros são instrumentos de apoio para políticas públicas. “O Brasil tem inúmeras políticas públicas de seguros, entre elas o seguro desemprego, seguro defeso, auxílio doença, licença maternidade e seguro rural”, ressaltou.

### Segurança jurídica

A atuação do órgão supervisor também esteve em pauta. Solange falou sobre as prioridades e atividades da Susep e como a autarquia vem trabalhando as questões do setor em quatro pontos focais: concorrência, estabilidade jurídica, flexibilidade e credibilidade. “Queremos mais concorrência no mercado porque traz mais produtos, mais empresas, maior qualidade, melhores preços e mais variedade”.

Com o aumento da segurança jurídica, a executiva acredita que o órgão pretende alcançar maior confiança e proteção. “No mundo dos negócios e nos seguros isso é fundamental”, declarou. Educação securitária e previdenciária e a importância de poupar para ter uma velhice mais tranquila foram os temas que encerraram a palestra.

Ao final, Solange Vieira foi homenageada com placa entregue pela diretora de Ensino Técnico da ENS, Maria Helena Monteiro. Além da diretora, também prestigiaram a aula magna o presidente da CNseg, Márcio Coriolano, o presidente da Fenacor, Armando Vergílio, o vice-presidente da ENS, Luiz Tavares Pereira Filho, os diretores da instituição, Mário Pinto (ensino superior) e Paola Casado (administrativo-financeiro).

Em São Paulo, Tarcísio Godoy e Mário Pinto representaram a ENS. Somadas as duas edições, mais de 300 pessoas compareceram aos eventos. (Fonte: ENS)

ce is fundamental for the prevention and mitigation of risks in all types of business, whether from export and import, factories, oil and gas, and aviation. She also recalled that insurance is a support instrument for public policies. “Brazil has numerous public insurance policies, including unemployment insurance, closed insurance, sickness insurance, maternity leave and rural insurance”, she said.

### Legal certainty

The performance of the supervisory body was also on the agenda. Solange spoke about Susep's priorities and activities and how the authority has been working on industry issues at four focal points: competition, legal stability, flexibility and credibility. “We want more competition in the market because it brings more products, more companies, higher quality, better prices and more variety”.

With the increase of legal certainty, the executive believes that the body aims to achieve greater trust and protection. “In the business and insurance world this is critical”, she said. Insurance and social security education and the importance of saving for a quieter old age were the themes that ended the lecture.

In the end, Solange Vieira was honored with a plaque offered by ENS Technical Education Director, Maria Helena Monteiro. In addition to the director, the magna class also honored the president of CNseg, Márcio Coriolano, the president of Fenacor, Armando Vergílio, the vice president of ENS, Luiz Tavares Pereira Filho, the directors of the institution, Mário Pinto (higher education) and Paola Casado (Administrative-financial).

In São Paulo, Tarcísio Godoy and Mário Pinto represented ENS. Combined the two editions, more than 300 people attended the events. (Source: ENS)





# Entidades elegem novas diretorias

## Entities elected new boards

Com 42 anos de vivência no mercado de seguros, Octavio Milliet foi aclamado presidente da Associação Paulista dos Técnicos de Seguro (APTS) para a gestão 2019/2021 em assembleia-geral ordinária, com a participação de associados. Milliet comunicou o reforço na diretoria com a nomeação de novos



**Diretoria eleita para o resgate da APTS: fomento da cultura do seguro**  
Board elected to rescue APTS: promotion of insurance culture

membros para cargos específicos. Foram empossados, na ocasião, o diretor técnico Alexandre Del Fiori, o diretor Jurídico Edson Fecher, a diretora de Comunicação Márcia Alves e a diretora assessora da presidência Cirlene Siqueira. Conheça a nova gestão:

**Diretoria Executiva** - Octávio José Milliet (presidente); Luiz Macoto Sakamoto (secretário); Evaldir Barboza de Paula (tesoureiro). **Conselho Administrativo** - Efetivos: Jayme Brasil Garfinkel, Hélio Opipari Junior e José Luis S. Ferreira da Silva; Suplentes: Alexandre Camillo, Claudio Macedo Pinto e Cesar Bertacini

the appointment of new members for specific positions. At the occasion, the technical director Alexandre Del Fiori, the Legal Director Edson Fecher, the Communication Director Marcia Alves and the Advisory Director of the Presidency Cirlene Siqueira were sworn in. Meet the new management:

**Executive Board** - Octávio José Milliet (presidente); Luiz Macoto Sakamoto (secretary); Evaldir Barboza de Paula (treasurer). **Board of Directors** - Staff: Jayme Brasil Garfinkel, Hélio Opipari Junior and José Luis S. Ferreira da Silva; Substitutes: Alexandre Camillo, Claudio Macedo Pinto and Cesar Bertacini

Os associados da Aconsef-SP também se reuniram e elegeram, por aclamação, Helio Opipari Junior como o novo presidente da entidade para o biênio 2020/2021. O executivo é um dos fundadores da associação. Para o atual presidente, Marcos Colantonio, contar com Helio



**Nova diretoria da Aconsef-SP comandará a entidade no biênio 2020/2021**  
Aconsef-SP new board of directors will lead the entity in 2020/2021

para os próximos anos é sinônimo de continuidade do trabalho realizado pela Aconsef-SP. A nova diretoria da Aconsef-SP é composta pelos seguintes nomes:

**Presidente:** Helio Opipari Jr.; **Vice-presidente:** Jairo Christ; **Diretor Interior:** Alberto Novais; **Administrativo:** Leandro Henrique; **Financeiro:** Ricardo Montenegro; **Conselheiros:** Mauro Arcanjo, Roberto Benedito e Milton Ferreira; **Presidente do Conselho:** Marcos Colantonio.

The members of Aconsef-SP also met and elected, by acclamation, Helio Opipari Junior as the new president of the entity for the 2020/2021 biennium. The executive is one of the associations' founder. For the current president, Marcos Colantonio, having Helio

for the next years is synonymous with the continuity of the work done by Aconsef-SP. The new board of Aconsef-SP consists of the following names:

**President:** Helio Opipari Jr.; **Vice president:** Jairo Christ; **Interior director:** Alberto Novais; **Administrative:** Leandro Henrique; **Finance:** Ricardo Montenegro; **Board Members:** Mauro Arcanjo, Roberto Benedito and Milton Ferreira; **Chairman of the Board:** Marcos Colantonio.

# EXPO ABGR

XIII SEMINÁRIO  
INTERNACIONAL DA ABGR

2019

A GESTÃO DE RISCOS E O

DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL


NOS NEGÓCIOS

12 E 13

DE NOVEMBRO

WTC | WORLD TRADE CENTER - SP

[ EXA ]



Venha debater os assuntos mais atuais ao lado dos grandes risk managers do país e dos líderes do mercado de seguros no maior evento de gerenciamento de riscos da América Latina. Será uma oportunidade única de interação e conhecimento entre as instituições, risk managers e empresas da cadeia produtiva do seguro.

Você também poderá visitar a área de exposição, onde grandes players da indústria de seguros já garantiram o seu espaço: AIG, Alper, AON, AXA/XL, Chubb, CIST, Convista, Fator, IRB Brasil RE, Liberty, Lockton, Mapfre, Marsh, MDS, Mitsui, Sampo, Swiss RE, Tokio Marine, Willis e Zurich. A previsão é que circulem mais de 3.000 pessoas pelo evento.

**INSCREVA-SE NO SITE: [WWW.EXPOABGR.COM](http://WWW.EXPOABGR.COM)**

**CONHEÇA NO SITE AS  
OPORTUNIDADES DE PATROCÍNIO!**

**A SUA EMPRESA NÃO PODE FICAR DE FORA!**



**AB  
GR**



# Nova forma de empreender exige empenho e conhecimento

*O corretor de seguros pode abrir franquia de uma empresa com baixo investimento, mas precisará estar bem focado para ser bem-sucedido no negócio, oferecendo uma diversificada carteira de produtos*

*Por Carlos Pacheco*



**Pimenta e esposa Cidiméia: união de forças para concretizar a franquia**

**D**uas excelentes notícias estão inter-relacionadas e que demonstram a pujança do mercado brasileiro de seguros. Em primeiro lugar, segundo dados recentes da Confederação Nacional das Seguradoras (CNseg), o setor obteve 11,3% de avanço até agosto último, cuja arrecadação atingiu R\$ 151 bilhões (sem DPVAT e saúde suplementar). É o maior crescimento desde 2015.

A segunda notícia auspiciosa, amplamente divulgada, refere-se à pesquisa do Global *Entrepreneurship Monitor* (GEM), com apoio do Sebrae. Segundo o levantamento, em 2018, num rol de 49 países, o Brasil obteve o segundo lugar em matéria de desempenho de empreendedorismo. Duas em cada cinco pessoas entre 18 a 64 anos estavam à frente de uma atividade empresarial ou tinham planos de ter um negócio no ano passado.

Estimulado pelos números apre-

sentados pela CNseg, o corretor de seguros poderá empreender cada vez mais. Um segmento que cresce a olhos vistos é o de franquias. Este mercado registrou um crescimento nominal de 6,4% no primeiro semestre em comparação a igual período do ano passado. A receita passou de R\$ 79,496 bilhões para R\$ 84,586 bilhões, de acordo com dados da Associação Brasileira de Franchising (ABF). As estatísticas da entidade apontam expansão do segmento de “Serviços e Outros Negócios”, com alta de 9,3% entre janeiro e junho. É neste grupo que se encaixa a corretagem de seguros.

Aos 31 anos, o mineiro e técnico em mineração Paulo Henrique Santos Pimenta decidiu mudar de vida no final de 2018. Uniu-se à esposa, Cidiméia Reis, corretora de seguros há sete anos, e abriu uma franquia no município de Conceição do Mato Dentro, a 167 quilômetros de Belo Horizonte. “Eu já oferecia o serviço

de minha esposa para meus amigos e companheiros de trabalho. Com isso fui vendo que poderíamos juntar as forças para concretizar um negócio”, revela Pimenta.

Ele investiu R\$ 11.900 e abriu o negócio na própria casa, ao melhor estilo home office. Mas avisa: ele e sua mulher dedicam-se *full time* para ofertar produtos variados, tanto em seguros (sobretudo previdência privada e planos de saúde), como em consórcios e financiamentos. “O faturamento depende muito do nosso empenho. Nos diferenciamos pelo atendimento. Não só vendemos, mas também ficamos à disposição do cliente durante 24 horas”, enfatiza o empresário. Graças a essa estratégia, Pimenta formou uma razoável carteira de clientes e fatura, em média, R\$ 4 mil por mês. O objetivo do casal, porém, é atingir a marca de R\$ 12 mil.

Do interior de Minas Gerais para o Rio de Janeiro. O empresário Omar Araújo possui contrato de franquia empresarial desde 2013 no Recreio dos Bandeirantes, na zona oeste da capital fluminense. Possui uma boa estrutura e um time de corretores que atendem às principais praças do país. Segundo ele, a atuação é bastante ampla. “Atendemos a todas as demandas de seguros e benefícios dos nossos clientes, sejam eles pessoas físicas ou jurídicas”, afirma.

Sua fórmula para conquistar mercado é estar sempre presente no dia a dia das empresas, adquirindo pleno conhecimento da atividade empresarial de cada uma, além de efetuar visitas frequentes. Em meio a um cenário econômico instável e desafiador, Araújo procura ofere-



**Araújo: “Atendemos a todas as demandas de seguros e benefícios dos nossos clientes”**

cer seguros “mais enxutos”, com bom dimensionamento e adequados às necessidades das empresas. “A palavra-chave, hoje, é redução dos custos”, observa. Ele destaca os seguros de vida, planos de saúde e odontológicos e o PAT – Programa de Alimentação ao Trabalhador, por meio do qual presta assessoria na implantação e gestão do benefício, com um custo palatável.

Em linhas gerais, o espírito do empreendedorismo deve ser a marca registrada do corretor de seguros que deseja entrar no negócio. Afinal, há um grande mercado a ser desbravado e número considerável de pessoas que ainda não dispõe de proteção para si próprias e suas famílias. Há otimismo declarado pela ABF quanto “à trajetória gradativa de crescimento do setor”. Há fatores imprescindíveis para uma franquia bem-sucedida, segundo o presidente da entidade, André Friedheim, tais como trabalho em rede, ganhos em escala, marcas consolidadas e treinamento contínuo.

Friedheim afirma ainda que o franchising propicia rápida expansão geográfica e com menor exigência de capital próprio porque favorece “a replicação de modelos de negócios, processos e serviços”. Sejam corretores de pequeno ou grande porte, o cenário é bastante promissor, ressalta o presidente da ABF: “Os corretores em início de carreira podem se beneficiar do conhecimento e orientação da franqueadora. Já os com mais experiência podem ac-

sar a marca, recursos e infraestrutura de uma empresa maior, mas sendo donos de seu próprio negócio”.

O diretor comercial da Seguralta, Nilton Dias, considera esse modelo de negócios adequado ao profissional enfrentar os diversos canais de distribuição, pois para atender de forma correta o consumidor, cada vez mais exigente, será preciso investir, sobretudo, em tecnologia e capacitação. Reforçando a tese de Friedheim, afirma que é fundamental dispor de uma boa estrutura para desenvolver o papel de franqueado. “Nós, da Seguralta, oferecemos todo o suporte na administração da apólice, desde o aviso ao cliente das parcelas a vencer até o acompanhamento do sinistro”, exemplifica.

Por outro lado, o presidente do Sindicato de Empresários e Profissio-

nais Autônomos da Corretagem e da Distribuição de todos os ramos de Seguros, Resseguros e Capitalização do Estado de São Paulo (Sincor-SP), Alexandre Camillo adverte: a entidade aceita o modelo de franquias, contudo, a oferta deve partir do corretor, o efetivo pretendente do negócio. “Este é o único modelo que o Sincor-SP aceita e, a partir daí, entende como oportunidade, seja para corretores novos ou até mesmo aos mais experientes, mas desde que seja corretor de seguros mesmo, habilitado e com registro na Susep”, alerta. Camillo também condena o efeito contrário, ou seja, ser primeiro franqueado e depois se qualificar ao exercício da profissão. É um ato que inverte a ordem natural das coisas.

### Conhecimento e networking

Além de uma estrutura adequada para desenvolver seu trabalho neste segmento, o diretor-executivo da Quisto Corretora de Seguros, Henrique Mol, acrescenta algumas virtudes essenciais ao franqueado, como liderança com sua equipe, disciplina, comprometimento e foco em resultados. E acrescenta: “É necessário possuir ainda noções de administração de empresas, dedicação ao negócio e ser comunicativo”. Qualidades que podem ser acrescidas a um bom networking aliado à plena dedicação.

Segundo o CEO do Grupo Fedatto, Luciano Fedatto, é preciso “rela-



**Fedatto: corretores são incentivados a trabalhar com cross-selling**





Dias: franquia é modelo ideal para o corretor enfrentar diversos canais de distribuição

cionamento para que o candidato tenha um ponto de partida e, assim, começar o seu negócio e dedicação para mantê-lo e fazê-lo progredir, pois apenas a compra de uma franquia não é indicação de sucesso garantido”. Outro aspecto importante, segundo Luciano, é o corretor ter em mente – e de forma clara – o nicho que pretende atuar, identificando em sua cidade ou região as reais necessidades de seus potenciais clientes. A palavra identificação também vale para as pretensões do franqueado. “É preciso se identificar com o setor que trabalha”, lembra Henrique Mol.

Em relação ao ponto comercial, obviamente essa seria uma das preocupações do profissional que queira abrir uma corretora de seguros. No caso da franquia, quem está iniciando o negócio pode atuar em casa mesmo. O corretor pode trabalhar no sistema de *home office* com bastante efetividade. É o caso de Paulo Pimenta, em Minas Gerais, que atende neste regime há alguns meses. A tendência, segundo analistas deste mercado, é o corretor abrir uma loja física no futuro, colhendo os frutos de sua dedicação e da ampliação da carteira de clientes.

### Vida e automóvel

Uma economia de livre mercado é um incentivo natural ao empreendedorismo. Essa é a crença do CEO da Pentagonal Seguros, Bernard

Biolchini. Ele enxerga com otimismo o setor de franquias, fenômeno que stimula o investimento. “O índice de sobrevivência de uma franquia comparado ao negócio independente é algo impressionante”, aponta. O mercado de seguros, segundo Biolchini, sinaliza para uma demanda crescente.

“A estratégia do Grupo Pentagonal é oferecer uma variedade de produtos que atendam a todos os tipos de clientes espalhados pelo Brasil”, informa o CEO. Ele recomenda ao franqueado montar um mix diversificado de soluções e firmar parcerias consistentes para ter sucesso na empreitada. No entanto, um único produto é suficiente para alavancar no começo da empreitada?

“O melhor produto que o corretor pode trabalhar é o seguro de vida. Na verdade, ele pode trabalhar com o seguro saúde, produtos voltados ao segmento imobiliário e previdência, porque estes oferecem uma renda, gera uma receita recorrente que acontece todo o mês, independentemente do corretor buscar novos negócios”, acredita o diretor-executivo da San Martin Seguros, Carlos Alexandre. Ele justifica, argumentando que a empresa, há dois anos consecutivos, vem obtendo bons resultados no segmento de Vida.

Henrique Mol confirma que “planos de saúde e de vida são soluções comerciais bem exploradas por franqueados e franqueadoras para rentabilidade no negócio”. O portfólio de produtos ainda contém seguro automóvel, embora não seja mais considerado como a “galinha dos ovos de ouro” de uma corretora ou franquia. “Na San Martin, orientamos os franqueados a comercializar seguros recorrentes – vida e previdência, por exemplo. Durante muito tempo, o automóvel era a paixão nacional e todo mundo contratava seguro para seu carro. Contudo, as pessoas não tinham proteção na sua casa, trabalho e da própria vida. Mas agora esse cenário vem mudando”, preconiza Alexandre. Fedatto é mais cauteloso na análise: “O seguro auto é o carro-chefe de vendas do setor, sobretudo de pequenas e médias corretoras do país, onde, ao contrário de outros



Biolchini: seguro auto é o “pãozinho francês”. “Padaria que só vende pão não sobrevive. E padaria que não vende pão, não é padaria”



**Alexandre: melhor produto que o corretor pode trabalhar é o seguro de vida**

segmentos em expansão, o produto automóvel é muito conhecido e divulgado. Isso faz com que acabe se vendendo quase sozinho, apesar da concorrência”.

De qualquer forma, o franqueado deve observar inicialmente as peculiaridades regionais e suas ten-

dências antes de cobrir uma determinada área geográfica. Biolchini ressalta que, enquanto franquias no Mato Grosso podem demandar fortemente seguros agrícolas, franquias de São Paulo têm um bom campo para explorar – produtos ligados à segurança de dados seria uma opção

interessante. “Eu costumo comparar uma corretora à padaria. O seguro auto é o nosso ‘pãozinho francês’. Padaria que só vende pão não sobrevive, entretanto, padaria que não vende pão, não é padaria”.

Nesse cenário, o fenômeno do cross-selling faz parte do cotidiano de franquias e franqueadoras. Na Fedatto, os corretores são incentivados a trabalhar na chamada venda cruzada, oferecendo ao cliente um leque de produtos a partir, por exemplo, da proteção de seu carro. Surgiriam, como consequência natural da venda, os seguros residenciais e de vida. “Se o franqueado se manter focado apenas em um único produto, além de ser um desperdício de oportunidades, é também risco para a empresa. Quanto mais diversificada for sua carteira de negócios, melhor e mais completa sua corretora se torna”, recomenda Luciano.

### Reforma da Previdência abre canal de oportunidades?

Há uma corrente de opinião entre os empresários de franquias de que a reforma da Previdência irá aquecer a economia porque atrairia mais investimentos. Segundo essa tese, o texto aprovado promoveria uma demanda expressiva por produtos de previdência privada. “Mesmo não concluída, a reforma da Previdência já está influenciando positivamente as perspectivas econômicas. Junto a outras iniciativas, ela pode alavancar um crescimento mais vigoroso da economia como um todo. Além disso, uma previdência social mais enxuta deve incentivar o mercado de capitais, criando novas oportunidades aos corretores”, opina o presidente da ABF, André Friedheim.

O CEO Pentagonal Seguros, Bernard Biolchini, também crê que a reforma irá aquecer o mercado em virtude da atração de investimentos e pela economia de mais de um R\$ 1 trilhão em dez anos que viria a reboque, com a possibilidade de entrarem Estados e municípios. Contudo, lideranças políticas como o presidente da Câmara Federal, deputado Rodrigo Maia (DEM-RJ) já preveem impacto fiscal de R\$ 933 bilhões decorrente da reforma.

“Por ser um investimento de longo prazo, a contratação de uma previdência privada requer um estudo cuidadoso das necessidades e expectativas

do cliente e em alinhamento com sua capacidade de investimento”, adverte o diretor-comercial da Seguralta, Nilton Dias. Ele reafirma que o corretor de seguros é o profissional melhor capacitado para prospectar clientes interessados neste tipo de investimento, “uma vez que tem seu foco totalmente voltado a atender as suas necessidades”.

Já o presidente do Sincor-SP, Alexandre Camillo, é crítico em relação a esse cenário: “A venda exclusiva do produto previdência dificilmente oferece sustentação a uma corretora de seguros, pelas baixas taxas de remuneração. Previdência pode ser explorada pelo corretor, franqueado ou não, mas de uma forma ampla e geral”. O diretor da Quisto Corretora, Henrique Mol, entende que soluções de previdência privada tornam-se independentes da reforma no Congresso e, sim, como planejamento de vida financeira em longo prazo.

Há um temor generalizado de que a reforma poderá não trazer as consequências esperadas, ou seja, promover uma aposentadoria mais justa aos brasileiros. Como contraponto a um panorama negativo, seguradoras têm lançado novos planos previdenciários cada vez mais completos destinados a vários públicos. “Hoje, o mercado segurador propicia inúmeras vantagens diante do atual cenário da previdência pública”, reitera o diretor executivo da San Martin Seguros, Carlos Alexandre.



### Moderna plataforma de ensino a distância

O Sincor-SP lançou a nova Universidade Corporativa Sincor – Unisincor. A entidade firmou parceria com a Conhecer Seguros para oferecer treinamentos com professores em diversos ramos de seguros mediante cursos a distância. “Buscamos uma parceria que prepare a categoria e ofereça capacitação”, disse o presidente do Sincor-SP, Alexandre Camillo.

O diretor responsável pela Unisincor, Carlos Cunha, explica que a instituição está há 25 anos ao lado do corretor levando conhecimento. “Estudamos fazer uma parceria para promover a integração em diversas mídias”. Para o diretor da Conhecer Seguros, Julio Carvalho, a expertise da empresa, atrelada à capacidade dos corretores, trará grandes resultados. Na foto, a partir da esq., os diretores da Conhecer Seguros Walter Polido, Julio de Carvalho, Sidney Dias e Artur Santos e, ao centro, o presidente Camillo.



### Modern distance learning platform

Sincor-SP launched the new Sincor Corporate University - Unisincor. The entity has partnered with Conhecer Seguros to offer training with teachers in various insurance branches through distance learning. “We seek a partnership that prepares the category and offers training”, said the president of Sincor-SP, Alexandre Camillo.

The director responsible for Unisincor, Carlos Cunha, explains that the institution has been with the brokers for 25 years, bringing knowledge. “We are studying to partner to promote integration across multiple media”. For Julio Carvalho, director of Conhecer Seguros, the company’s expertise, linked to the capacity of insurance brokers, will bring great results. In the photo, from the left, Conhecer Seguros directors Walter Polido, Julio de Carvalho, Sidney Dias and Artur Santos and, in the center, president Camillo.

### Parceria estratégica na área de saúde

A Classic Seguros Vida e Previdência firmou uma parceria com a Tem Saúde. Segundo Hélio Loreno, CEO da Classic Seguros, é fundamental zelar pelo bem-estar dos clientes. A seguradora buscou no mercado uma empresa com a qual pudesse fechar uma parceria estratégica. Nasceu, assim, a união entre a empresa mineira e a paulista TEM, que oferece um programa de assistência à saúde, com preço reduzido por meio de seu cartão pré-pago. Na foto, Loreno e Farid Eid Filho.



### Strategic Health Partnership

Classic Seguros Vida e Previdência has entered into a partnership with Tem Saúde. According to Hélio Loreno, CEO of Classic Seguros, it is essential to ensure the well-being of customers. The insurer sought in the market a company with which could close a strategic partnership. Thus, the union between the Minas Gerais

company and the São Paulo company TEM was born, which offers a health care program, with a reduced price through its prepaid card. In the photo, Loreno and Farid Eid Filho.

### Desconstruir estereótipos e promover a inclusão

Para tratar de diversidade e inclusão, a Aon Brasil, em parceria com Swiss Re e MetLife, promoveu em São Paulo o painel “Viés Inconsciente: Desconstruindo Estereótipos, Construindo Inclusão”. O encontro integrou a 5ª edição do Dive In, maior festival global dedicado a desenvolver culturas inclusivas no mercado. É a primeira vez que a Aon realizou o evento no país. Mais de 80 convidados e 350 espectadores acompanharam a transmissão ao vivo. A empresa, além de patrocinar o Dive In, desenvolve iniciativas pela causa em seu dia a dia, englobando projetos que estimulam o protagonismo feminino em todas as áreas.



### Deconstruct stereotypes and promote inclusion

To treat diversity and inclusion, Aon Brasil, in partnership with Swiss Re and MetLife, promoted in São Paulo the panel “Unconscious Bias: Deconstructing Stereotypes, Building Inclusion”. The meeting was part of the 5th edition of Dive In, the largest global festival dedicated to developing inclusive cultures in the insurance market.

Is the first time Aon held the event in country. Over 80 guests and 350 viewers followed the live broadcast. The company, besides sponsoring Dive In, develops initiatives for the cause in day by day basis, encompassing projects that stimulate female protagonism in all areas.

# Tecnologia proporciona bons negócios

## Technology provides good businesses

A Porto Seguro lançou recentemente mais uma oportunidade de negócios para o corretor de seguros. Trata-se da plataforma Conquista, que oferece soluções individualizadas por meio de Inteligência artificial. Segundo a seguradora, é a primeira plataforma digital com soluções integradas em fundos de investimentos, cartões de crédito, consórcios, financiamento de carros, planos de previdência privada e seguros de vida e viagem, desenvolvida a partir de experiências do consumidor brasileiro.

O novo hub disponibiliza orientações para a concretização de vários objetivos, sejam eles de compra de um automóvel ou de uma casa, por exemplo. A tecnologia utilizada para entender o cenário e a situação de cada usuário será a robot advisor, que trará possibilidades de novos negócios por meio do leque de soluções ofertadas pela Porto Seguro.

Na visão do diretor-executivo Comercial da Porto Seguro, Rivaldo Leite, a ferramenta será fundamental ao corretor na prospecção de novos negócios. A diretora de Produção São Paulo Capital, Eva Miguel, ressalta que a plataforma é uma espécie de “funcionário digital”, trabalhando para o profissional 24 horas por dia, além de propiciar CRM (relacionamento com o cliente). Rivaldo e Eva estiveram presentes no tradicional almoço do Clube dos Corretores de Seguros de São Paulo (CCS-SP) anunciando a novidade.

Porto Seguro recently launched another business opportunity for the insurance broker. It's the Conquista platform, that offers individualized solutions through Artificial Intelligence. According to the insurer, it is the first digital platform with integrated solutions in investment funds, credit cards, consortiums, car financing, private pension funds and life and travel insurance, developed based on the Brazilian costumers' experiences.

The new hub offers orientation for the fulfillment of several goals, be it the purchase of a new car or a house, for instance. The technology utilized to understand de scenario and the situation of each user will be the robot advisor, that will bring new business possibilities through the solutions range offered by Porto Seguro.

In the view of the commercial executive-director of Porto Seguro, Rivaldo Leite, the tool will be fundamental to the broker in the prospecting of new businesses. The São Paulo (SP) production director, Eva Miguel, highlights that the platform is a kind of “digital employee” working for the professional 24 hours a day, beyond enabling CRM (Consumer Relations Management). Rivaldo and Eva were present in the traditional São Paulo Insurance Brokers Club (Clube dos Corretores de Seguros de São Paulo – CCS-SP), announcing the innovation.

*Sejam  
bem-vindos*

**nextel**

Estamos orgulhosos em tê-los  
como nossos parceiros.



**iKê**  
Assistência®



## AIDA

Dois grupos nacionais da Associação Internacional de Direito de Seguros – Aida – Saúde Suplementar e Novas Tecnologias, presididos por, respectivamente, Milena Fratin e Glória Faria, reuniram especialistas do setor para discutir os desafios da Lei Geral de Proteção de Dados na Saúde no auditório do SindsegSP, em São Paulo. Questões relacionadas a aspectos legais, uso de dados pessoais e boas práticas de proteção dos dados foram alguns dos temas abordados durante as apresentações. Milena Fratin fez a abertura e o encerramento do evento, considerando-o de “altíssimo nível”.



aspects, use of personal data and good data protection practices were some of the topics addressed during the presentations. Milena Fratin made the opening and closing of the event, considering it “very high level”.

## CVG

O CVG-SP realizou recentemente dois importantes encontros. O primeiro deles foi o inédito CVG-SP Limra Day, que apresentou as principais inovações da indústria de seguro global para se adequar à mudança de comportamento dos segurados. O segundo promoveu o debate “Estudo sobre Tendências de Benefícios para Funcionários – Brasil/2018”. Na foto, palestrantes do primeiro evento: Gustavo Toledo (Relações com o Mercado do CVG-SP), Silas Kasahaya (presidente do CVG-SP), Thad Burr (LL Global), Alexandre Camillo (presidente do Sincor-SP) e Ronald Kaufmann (Limra Brasil).



(photo): Gustavo Toledo (CVG-SP Market Relations), Silas Kasahaya (CVG-SP President), Thad Burr (LL Global), Alexandre Camillo (Sincor-SP President) and Ronald Kaufmann (Limra Brasil).

## CCS-SP

O Clube dos Corretores de Seguros de São Paulo (CCS-SP) recebeu a Seguros SURA em seu tradicional almoço no Circolo Italiano (SP). Recepcionado pelo mentor Evaldir Barboza de Paula e diretoria, o vice-presidente de Canais, Vendas & Subscrição, Cristiano Saab, apresentou dados do bom desempenho da seguradora, portfólio de produtos e uma novidade: o Auto Único SURA. Anunciado com exclusividade no encontro, o novo produto, em fase de testes, é dirigido ao público de alta renda. Saab esteve acompanhado do diretor comercial Ricardo Vaz e de membros da seguradora.



SURA. Uniquely announced at the meeting, the new product, which is undergoing testing, is aimed at high-income audiences. Saab was accompanied by commercial director Ricardo Vaz and members of the insurance company.

## AIDA

The International Association of Insurance Law – two national groups - Supplementary Health Group and New Technologies, chaired by respectively Milena Fratin and Gloria Faria, brought together industry experts to discuss the challenges of the General Data Protection Act in health sector at the SindsegSP Auditorium in São Paulo. Issues related to legal

## CVG

CVG-SP recently held two important meetings. The first was the unprecedented CVG-SP Limra Day, which introduced key innovations from the global insurance industry to adapt to policyholder behavior change. The second promoted the debate “Study on Employee Benefit Trends - Brazil / 2018”. Speakers of the first event

## CCS-SP

The São Paulo Insurance Brokers Club (CCS-SP) welcomed Seguros SURA at its traditional luncheon at Circolo Italiano (SP). Welcomed by mentor Evaldir Barboza de Paula and board of directors, Cristiano Saab, Vice President of Channels, Sales & Underwriting, presented data on the insurer's good performance, product portfolio and one new feature: Auto Único

O Seguro de Responsabilidade Civil Profissional - E&O tem por objetivo indenizar os prejuízos causados a terceiros em razão de erros e/ou omissões na prestação de serviços profissionais.

Uma empresa que presta serviços profissionais, está sujeita a omissão de informação essencial, má interpretação, alteração do escopo de serviço, etc, e conseqüentemente sofrer um processo judicial.

Para maior tranquilidade a Argo Seguros que é **líder e referência** em E&O no Brasil, oferece soluções práticas para mais de 43 profissões, e ainda dispõe da facilidade para contratação digital on time, através do

[www.argo-protector.com.br](http://www.argo-protector.com.br)

#### Principais Coberturas

- Despesas de Defesa
- Acordos / Ressarcimentos
- Condenação
- Coberturas personalizadas por atividade
- Sala de Emergência

#### Flexibilidade para negociações coletivas

- Descontos diferenciados para grupos fechados
- Emissão facilitada via plataforma online
- IS individual por segurado
- Valor agregado para as Entidades de Classe
- Suporte de Marketing Digital

## PRINCIPAIS ATIVIDADES

Advogados • Engenheiros & Arquitetos • Empresas de Marketing & Publicidade • Produtoras Audiovisuais  
Empresas de Telemarketing & CallCenter • Notários e/ou Registradores • Corretores de Seguros  
Corretores de Imóveis • Empresas de Certificação • Empresas de TI • Agências de Turismo • Miscellaneous



#### ABRANGENTE

Cobertura em todo território nacional com exclusivo serviço de atendimento



#### SÓLIDO

Pertencente ao Grupo Argo, empresa com mais de 60 anos e presença mundial



#### NA NUVEM

O que há de mais moderno em segurança das informações e acesso ao seguro por múltiplas plataformas



#### COMPLETO

Amplas coberturas para a sua proteção, com preços acessíveis ao seguro por múltiplas plataformas



# #parabénsCorretor

12 de outubro. Dia do Corretor de Seguros.

A Bradesco Seguros quer homenagear e agradecer a todos os Corretores do Brasil pelo trabalho e dedicação.



**Bradesco Seguros. Com Você. Sempre.**

SAC – Serviço de Atendimento ao Consumidor: 0800 727 9966

SAC – Deficiência Auditiva ou de Fala: 0800 701 2708

Ouvidoria: 0800 701 7000

