

revista

# INSURANCECORP

ano VII - edição 34 - janeiro/fevereiro 2021 - R\$ 25,00

insurancecorp.com.br



## Expertise em gestão de riscos

**RCG COMEMORA 50 ANOS EM GRANDE ESTILO**

## Risk management expertise

**RCG CELEBRATES 50 YEARS IN GREAT STYLE**

Jorge Luzzi, CEO Global da RCG Risk Consulting Group

*CNseg completa sete décadas de atuação vigorosa em prol do avanço do setor*  
*CNseg completes seven decades of robust actions in favor the sector's progress*

# E se a pia da casa do Cliente entupir?



## SEGURO TOKIO MARINE RESIDENCIAL



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



Cobertura contra roubo e incêndio



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



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



Tokio Indica: programa de benefícios com descontos exclusivos

# RESOLVE

Sorteios de R\$ 10.000,00 todo mês para o Corretor e também para o Cliente, cotação simples e rápida e um link exclusivo para vender o Seguro pela internet, você tem gestão total do negócio e comissão por cada venda. Tudo isso, porque o **Seguro Tokio Marine Residencial Resolve** pra você também!

**Quer saber mais?  
Fale com o seu  
Gerente Comercial.**

Uma Seguradora  
completa pra você  
ir mais longe.



**TOKIO MARINE  
SEGURADORA**

NOSSA TRANSPARÊNCIA, SUA CONFIANÇA

# MENSAGEM AO MERCADO

## MESSAGE TO THE MARKET

### VACINA E DIAS MELHORES

Após a passagem de um ano perturbador, com a disseminação de uma pandemia que afetou as relações econômicas e sociais de todo o mundo, surge o antídoto. O novo coronavírus abalou as instituições de todos os matizes, pois o 'imprevisível' tornou-se fato concreto. Contudo, surge a esperança da vacina e, com ela, a expectativa da melhora dos indicadores econômicos, da retomada dos investimentos e da geração de emprego.

Como sempre, o setor de seguros soube se reinventar em meio à tragédia anunciada, agiu com a costureira resiliência e sofreu poucos estragos. Apesar de alguns danos em determinadas áreas, em geral, a indústria mostrou sua capacidade de oferecer amplos mecanismos de proteção ao consumidor, a exemplo de produtos ligados à saúde e seguros de pessoas. E o mais importante: o principal canal de distribuição, o corretor, se familiarizando cada vez mais com as soluções digitais. Enfim, a expectativa da indústria para crescimento dos negócios em 2021 é a melhor possível.

Celebramos uma ocasião memorável! A CNseg - Confederação Nacional das Seguradoras completa sete décadas de fundação e consolida sua presença como a mais expressiva entidade privada do setor no país. É gratificante ter a oportunidade de apresentar uma sinopse, que retrata a trajetória de representatividade da instituição, evidenciada na série *CNseg: 70 anos fazendo história*, produzida pelo Centro de Documentação e Memória do Mercado Segurador da CNseg (Cedom).

Na matéria de capa, a revista **Insurance Corp** realça os 50 anos de atividades da RCG Risk Consulting Group, que tem se destacado muito em análise e gestão de riscos, contando com uma equipe técnica extremamente qualificada composta por engenheiros de segurança do trabalho, químicos, civis, eletricitas, mecânicos e especialistas em logística e transportes.

Também evidenciamos o executivo experiente Alfredo Lalia Neto, que chega à Sompo Seguros, com a missão de conduzir o processo para novas conquistas, com a estratégia de investir em suas diferentes linhas de produtos e serviços. Já o Dia Internacional da Mulher deve ser comemorado pelas conquistas alcançadas, indicando uma irreversível e firme trajetória da presença feminina. Complementa a pauta, o Sandbox regulatório da Superintendência de Seguros Privados (Susep) e a homenagem ao saudoso Osmar Bertacini, que nos deixou há dois anos.

Boa leitura!

### VACCINE AND BETTER DAYS

After a disturbing year experience, with the spread of a pandemic that affected economic and social relations around the world, the antidote arises. The new coronavirus has shaken institutions of all stripes, as the 'unpredictable' has become a concrete fact. However, there is hope for the vaccine and, with it, the expectation of improved economic indicators, the resumption of investments and job creation.

As always, the insurance industry knew how to reinvent itself in the midst of the announced tragedy, acted with the usual resilience and suffered little damage. Despite some damage in certain areas, in general, the industry has shown ability to offer extensive consumer protection mechanisms, such as products related to Health and Personal Insurance. And the most important: the main distribution channel, the broker, becoming more and more familiar with digital solutions. Finally, the industry's expectation for business growth in 2021 is the best possible.

We celebrate a memorable occasion! CNseg - National Confederation of Insurance Companies completes seven decades of foundation and consolidates its presence as the most significant private entity in the sector in the country. It is gratifying to have the opportunity to present a synopsis, which portrays the trajectory of the institution's representativeness, evidenced in the CNseg series: 70 years making history, produced by the CNseg Insurance Market Documentation and Memory Center (Cedom).

In the cover story, the **Insurance Corp** magazine highlights the 50 years of activities of the RCG Risk Consulting Group, which has excelled in risk analysis and management, with an extremely qualified technical team made up of occupational safety engineers, chemists, civilians, electricians, mechanics and logistics and transport specialists.

It also highlights the experienced executive Alfredo Lalia Neto, who arrives at Sompo Seguros, with the mission of leading the process towards new achievements, with the strategy of investing in different lines of products and services.

The International Women's Day should be celebrated for accomplished achievements, indicating an irreversible and firm trajectory by the female presence.

Complements the agenda, the regulatory Sandbox from Superintendence of Private Insurance (Susep) and the tribute to the late Osmar Bertacini, who left us two years ago.

Good reading!

*André Pena*  
Publisher

<b>6</b>	<b>Diálogo / Dialogue</b> "Sociedade precisa de mais proteção" "Society needs more protection"
<b>8</b>	<b>Celebração / Celebration</b> Sete décadas de atuação em prol do setor Seven decades acting in favor of the sector
<b>12</b>	<b>Capa/ Cover</b> Cinquentenário ratifica o sucesso 50th anniversary confirms success
<b>17</b>	<b>Entidades / Entities</b> Nova liderança para o CVG-SP New leadership to CVG-SP
<b>18</b>	<b>Novos Rumos / New Directions</b> Reforço no planejamento e foco no cliente Reinforcement in planning and customer focus
<b>21</b>	<b>Análise / Analysis</b> Pandemia e redenção Pandemic and redemption
<b>22</b>	<b>Infraestrutura / Infrastructure</b> Legislação atualizada e mais ágil Updated and more agile legislation
<b>24</b>	<b>Regulação / Regulation</b> Novo horizonte de muitas possibilidades Many possibilities' new horizon
<b>26</b>	<b>Sucessão Empresarial / Business Succession</b> Negócios nas mãos da segunda geração Business in second generation hands
<b>28</b>	<b>Congresso / Congress</b> Nova era de avanços e conquistas New era of advances and achievements
<b>30</b>	<b>Memória / Memory</b> Saudade de um ícone do mercado de seguros Missing an insurance market icon
<b>34</b>	<b>Dia Internacional da Mulher / International Women's Day</b> Presença feminina evolui no setor Female presence evolves in the sector
<b>36</b>	<b>Destaque / Emphasis</b> Polo de atração dos corretores paulistas Attraction pole for São Paulo brokers

**INSURANCE CORP**

Ano VII - Edição 34 - jan/fev 2021

**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

**Edição**

Carlos Alberto Pacheco  
MTb 14.652 - SP  
pacheco@insurancecorp.com.br

**Redação**

Carlos Alberto Pacheco  
Márcia Kovacs  
Valéria Vilela  
redacao@insurancecorp.com.br

**Mídias Sociais**

Márcia Kovacs

**Tradução**

Enrique Pena

**Diagramação e Arte Final**

Rodrigo Almeida  
rodrigo2008ca@gmail.com

**Conselho Editorial**

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

 [insurancecorp.com.br](http://insurancecorp.com.br)

 Revista Insurance Corp

 /InsuranceCorp

 @insurancecorp\_revista

**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

Telephone: (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.

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

Rodrigo Santoro  
45 anos

Rodrigo Santoro  
75 anos

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

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



Para saber mais, acesse  
[sulamerica.saudeintegral.com.br](http://sulamerica.saudeintegral.com.br)  
ou o código ao lado.

**SulAmérica**

**125** ANOS

ANS - Nº 416128

ANS - Nº 005246

dentsumb.

# “Sociedade precisa de mais proteção”

## "Society needs more protection"

Por/by: Carlos Alberto Pacheco

O presidente da Tokio Marine Seguradora, José Adalberto Ferrara, está otimista quanto à performance do mercado segurador em 2021 e seu papel para a recuperação da economia. Os bons resultados serão consequência das atitudes do principal canal de distribuição. “Nesse sentido, constatamos que um dos efeitos positivos decorrentes da pandemia foi que nossos corretores aderiram definitivamente à tecnologia na sua nobre função de ser um consultor de proteção”, declarou Ferrara em entrevista exclusiva à IC.



Tokio Marine’s Seguradora president, José Adalberto Ferrara, is optimistic about the insurance Market performance in 2021 and its role in the economy recovery. The good results will be a consequence of the attitudes of the main distribution channel. “In this sense, we found that one of the positive effects resulting from the pandemic was that our brokers definitely adhered to technology in their noble role as a protection consultant,” said Ferrara an exclusive IC interview.

**Insurance Corp - Qual o cenário que o senhor desenha para a economia brasileira este ano?**

**José Adalberto Ferrara -** Todas as análises econômicas que tenho lido a respeito de 2021 mostram que devemos ter um cenário marcado por baixa taxa de juros, câmbio alto e recuperação do Produto Interno Bruto. Não há nenhuma dúvida que os efeitos da pandemia na economia ainda estarão bastante evidentes e será necessário um grande esforço, tanto das empresas quanto do governo, para superarmos o desafio do crescimento econômico.

**Insurance Corp - What scenario do you draw for the Brazilian economy this year?**

**José Adalberto Ferrara -** All the economic analyzes I have read about 2021 show that we must have a scenario marked

by low interest rates, high exchange rates and the recovery of the Gross Domestic Product. There is no doubt that the pandemic effects on the economy will still be quite evident and it will take a great effort, both by companies and the government, to overcome the challenge of economic growth.

**IC - Que contribuição do setor de seguros pode oferecer para a recuperação da economia?**

**JAF -** Quanto especificamente ao mercado de seguros sou bastante otimista sobre como podemos contribuir para essa recuperação. Todos nós – seguradores, corretores, assessorias, prestadores de serviços – conseguimos reagir com bastante rapidez à nova realidade imposta pela pandemia e continuamos a atender nossos clientes com qualidade. Penso que uma das grandes lições que já podemos tirar deste período é de que a sociedade precisa de mais proteção, ofertada com base nas reais necessidades de cada consumidor, seja pessoa física ou jurídica, e por meio de processos tecnológicos cada vez mais consolidados e simplificados.

**IC - What contribution can the insurance sector make to the economy recovery?**

**JAF -** As for the insurance market specifically, I am very optimistic about how we can contribute to this recovery. All of us - insurers, brokers, advisors, service providers - have been able to react very quickly to the new reality imposed by the pandemic and continue to serve our customers with quality. I think that one of the great lessons we can already learn from this period is that society needs more protection, offered based on the real needs of each consumer, whether an individual or a legal entity, and through increasingly consolidated and simplified technological processes.

Ferrara: “Indústria securitária tem potencial para voltar a crescer dois dígitos em 2021”

Ferrara: “Insurance industry has the potential to grow double digits again in 2021”

**IC - Qual é o papel dos corretores neste processo?**

**JAF** – Nesse sentido, constatamos que um dos efeitos positivos decorrentes da pandemia foi que nossos corretores aderiram definitivamente à tecnologia na sua nobre função de ser um consultor de proteção, apropriando-se dos canais digitais para atender às demandas específicas de seus clientes. Para este ano, outro fator positivo será o notório crescimento da conscientização do corretor na diversificação de suas carteiras por meio de produtos como os Seguros Garantia Judicial, Garantia Depósito Recursal, Residencial, Empresarial e Riscos Digitais para as Pequenas e Médias Empresas, além de um aumento significativo na comercialização do Seguro de Vida Individual em complemento à Previdência Privada.

**IC - Como o senhor avalia o desempenho do Seguro Automóvel afetado pela pandemia?**

**JAF** – Adicionalmente, o Seguro Automóvel deve mostrar uma recuperação, especialmente pela menor utilização do transporte público, ainda pelo receio da pandemia, o que aumenta, sobretudo, o mercado de usados. Ao mesmo tempo, tudo indica que a aderência ao home office permanecerá, com o começo da vacinação no País, provocando uma redução nos sinistros, com efeito mais direto no resultado das companhias.

**IC - Quais segmentos poderão auferir expansão em 2021?**

**JAF** – Na carteira de pessoa jurídica, o seguro de Safras manterá o crescimento na linha da subvenção federal e por conta do baixíssimo impacto que a pandemia teve no setor. Garantia e Riscos de Engenharia também devem crescer por conta do recente marco do saneamento básico e do calendário de privatizações. Destaco ainda que a carteira de Pessoa Jurídica da Tokio Marine registrou a histórica marca de R\$ 2 bilhões em prêmios emitidos no ano passado. Esse magnífico resultado reflete o aumento na percepção de risco pela sociedade e maior conscientização da necessidade de proteção para pessoas e empresas.

**IC - O senhor crê na retomada dos investimentos no setor de construção civil?**

**JAF** – Sem dúvida alguma. A retomada do ritmo de obras na construção civil, como demonstram o aumento na venda de cimento e outros insumos, e o crescimento substancial de obras/reformas, tanto de pequenas e médias empresas, quanto de pessoa física, são uma ótima chance para reforçar a importância da contratação de seguro, a exemplo de Riscos de Engenharia e Garantia, entre outros.

**IC - Que conclusão podemos chegar em face da esperada evolução do panorama do mercado segurador este ano?**

**JAF** – Tenho plena convicção de que o espírito naturalmente empreendedor dos corretores, em busca de uma maior capilaridade de distribuição, com apoio da tecnologia que as seguradoras colocam à sua disposição, será um fator fundamental para a indústria de seguros contribuir para a recuperação da economia do nosso País. Na minha avaliação, a indústria securitária tem potencial para voltar a crescer dois dígitos em 2021.

**IC - What is the brokers role in this process?**

**JAF** - In this sense, we found that one of the positive effects resulting from the pandemic was that our brokers definitely adhered to technology in its noble function of being a protection consultant, appropriating digital channels to attend the specific demands of their clients. For this year, another positive factor will be the notorious growth of the broker's awareness in the diversification of portfolios through products such as the Judicial Guarantee Insurance, Deposit Guarantee, Residential, Corporate and Digital Risks for Small and Medium Business, in addition to a significant increase in the sale of Individual Life Insurance in addition to Private Pension Plans.

**IC - How do you evaluate the performance of Automobile Insurance affected by the pandemic?**

**JAF** - In addition, Vehicle Insurance should show a recovery, especially due to the lower use of public transport, still due to the fear of the pandemic, which increases, above all, the used car market. At the same time, everything indicates that adherence to the home office will remain, at the beginning of vaccination in the country, causing a reduction in claims, with a more direct effect on the companies' results.

**IC - Which segments may expand in 2021?**

**JAF** - In the corporate portfolio, the agri insurance will keep growing in line with the federal subvention and due to the very low impact that the pandemic had on the sector. Surety and Engineering Risks are also expected to grow due to the recent landmark of basic sanitation and the privatization schedule. I would also like to highlight that Tokio Marine's Corporate portfolio registered the historic mark of R\$ 2 billion in issued premium last year. This magnificent result reflects the increase in the perception of risk by society and greater awareness of the need for protection for people and companies.

**IC - Do you believe in resuming investments in the civil construction sector?**

**JAF** - Without any doubt. The resumption of the pace of construction works, as demonstrated by the increase in the sale of cement and other inputs, and the substantial growth in works/renovations, both for small and medium-sized business and individuals, are a great chance to reinforce the importance of contracting insurance, such as Engineering Risks and Surety, among others.

**IC - What conclusion can we reach in view of the expected evolution of the insurance market scenario this year?**

**JAF** - I am fully convinced that the naturally entrepreneurial spirit of brokers, in search of greater distribution capillarity, with the technology support that insurers put at their disposal, will be a fundamental factor for the insurance industry to contribute to the recovery of the economy of our country. In my opinion, the insurance industry has the potential to return to double-digit growth in 2021.

Imponente sede da CNseg reflete sua importância para o setor  
CNseg's grandiosity headquarters reflects its importance to the sector

---

# Sete décadas de atuação em prol do setor

## Seven decades acting in favor to the sector

*Realizações da CNseg, desde 1951, propiciaram a expansão dos seguros no País*  
*CNseg achievements, since 1951, ensured the insurance expansion in the country*

*Por/by: Carlos Alberto Pacheco*

O início dos anos 50 foi o prenúncio da chamada era desenvolvimentista caracterizada por grandes transformações políticas e econômicas no Brasil. A Confederação Nacional das Seguradoras (CNseg) surgiu em meio a essa atmosfera, em 1951, quando Getúlio Vargas assume seu segundo mandato como o 17º presidente da República. A CNseg, na época, era estruturada como federação (Fenaseg). São, portanto, sete décadas de atuação vigorosa em prol do avanço do setor. Para marcar a data, a entidade criou um selo comemorativo dos 70 anos de sua fundação. O selo está presente no portal da entidade (cnseg.org.br), bem como em suas publicações, assinatura de e-mails e documentos da entidade.

O compromisso com a disseminação de conceitos essenciais sobre seguros é parte integrante e indissociável de sua história. “Tudo que é importante deve ter seguro”, dizia a campanha que circulou em todo o País nos anos 70. As peças traziam fatos que tiveram ampla repercussão mundial, como a agressão à Pietà, em 21 de maio de 1972. Vinte anos depois, até a edição da “Carta de Brasília”, em 1992, a luta da entidade centrou-se na desregulação, desestatização e desburocratização. Essa luta continuou ainda por algum tempo. A década de 90 foi numerosa em acontecimentos que marcaram a história do próprio setor. Em 1998, o Instituto de Resseguros do Brasil (IRB) foi transformado em sociedade anônima e passou a chamar-se IRB Brasil Resseguros. O segmento de saúde suplementar finalmente foi regulamentado, com a Lei 9656/98 e a posterior criação da Agência Nacional de Saúde Suplementar (ANS) pela Lei 9961 de 28 de janeiro de 2000.

### Educação em seguros

O crescimento expressivo dos prêmios e das reservas facilitou o caminho para os anos 2000. A trajetória da entidade marcada pelo compromisso com a difusão da cultura do seguro no Brasil consolidou-se com o lançamento do Programa de Educação em Seguros, em 2016. O Programa alinha-se à Estratégia Nacional de Educação Financeira (Enef) e visa combater a desinformação sobre seguros, fornecendo informações qualificadas que auxiliam o consumidor na tomada de decisões.

O fato é que a entidade participa desde a primeira edi-

The early 1950s was the so-called developmental period presage, characterized by major political and economic transmutations in Brazil. The National Confederation of Insurance Companies (CNseg) emerged in this atmosphere environment in 1951, when Getúlio Vargas took his second term as the 17th Republic President. CNseg, at the time, was structured as a Federation (Fenaseg). Therefore, are seven decades of vigorous action in favor of the sector’s advancement. To mark the date, the entity created a commemorating stamp referring to the 70th anniversary of its foundation. The seal is show up on the entity’s Website (cnseg.org.br), as well as, in its publications, emails’ signature and entity documents.

The propagation commitment to essential insurance concepts is an integral and inseparable part of its history. “Everything that is important must have insurance”, said the campaign that circulated throughout the country in the 1970s. The pieces brought facts that had worldwide repercussions, such as the aggression against Pietà on May 21, 1972.

Twenty years later, until the publication of the “Carta de Brasília”, in 1992, the entity’s struggle was centered on deregulation, privatization and debureaucratization. This struggle continued for some time. The 90’s were numerous in events that marked the history of the sector itself. In 1998, the Brazilian Reinsurance Institute (IRB) was converted into a Company and changed name to IRB Brasil Resseguros. The Supplementary Health segment was finally regulated, through the Law 9656/98 and the subsequent creation of the National Supplementary Health Agency (ANS) by Law 9961 of January 28, 2000.

### Insurance Education

The expressive premiums and provisions growth subverted the way for the 2000s. The entity trajectory pointed by a commitment to spread the insurance culture in Brazil was consolidated with the launch of the Insurance Education Program in 2016. The program is in line with the National Strategy for Financial Education (Enef) and aims to combat misinformation about insurance, providing qualified information that helps consumers in decision-making.

The fact is that the entity has participated since the first

ção da Semana Nacional de Educação Financeira, realizada em 2014, com o envolvimento de entes públicos e privados. Em 2018, a Rádio CNseg e os livretos da Série Educação em Seguros da confederação conquistaram o Selo Enef, concedido pelo então Comitê Nacional de Educação Financeira – Conef (hoje substituído com formato renovado pelo Fórum Brasileiro de Educação Financeira – FBEF) em reconhecimento aos projetos de educação financeira, previdenciária e securitária gratuitos e abertos, de interesse público e sem finalidade de promoção comercial.

### Glossário de Seguros

A CNseg empreende iniciativas no campo da comunicação. Na 6ª Semana Enef, por exemplo, que aconteceu em maio de 2019, a entidade apresentou uma série de entrevistas e palestras com especialistas sobre temas relacionados ao seguro. Mutualismo, seguro automóvel, residencial, saúde suplementar e capitalização foram alguns dos principais tópicos abordados.

Em outubro daquele ano, a confederação lançou o novo Glossário de Seguros, publicação que passou a integrar o Programa de Educação em Seguros, contribuindo para ampliar a compreensão dos principais conceitos do setor e das características de seus produtos. Desde então, a confederação promove várias ações voltadas à difusão de conceitos essenciais da atividade seguradora e ao fortalecimento da noção de prevenção de riscos, em decorrência da pandemia da covid-19. *(informações do portal CNseg)*

edition of the National Financial Education Week, held in 2014, with the involvement of public and private entities. In 2018, CNseg Radio Station and the Confederation's Insurance Education Series booklets conquered the Enef Seal, granted by the National Financial Education Committee - Conef (today replaced with a renewed format by the Brazilian Financial Education Forum - FBEF) in recognition of the projects of financial education, social security and insurance education, of public interest, free of charges and without commercial and promotional purpose.

### Insurance Glossary

CNseg undertakes initiatives in the field of communication. In the 6th Enef Week, for example, which took place in May 2019, the entity presented a series of interviews and lectures with experts on topics related to insurance. Mutualism, auto insurance, home, supplementary health and capitalization were some of the main topics covered. In October of that year, the Confederation launched the new Insurance Glossary, a publication that became part of the Insurance Education Program, contributing to broaden the understanding of the main concepts of the sector and the characteristics of its products. Since then, the Confederation has promoted several actions aimed at the dissemination of essential concepts of the insurance activity and the strengthening of the notion of risk prevention, as a result of the covid-19 pandemic. *(information from the CNseg Website).*

### História marcante numa viagem no tempo

Ao longo de 2021, a trajetória da entidade estará evidenciada na série *CNseg: 70 anos fazendo história*, produzida pelo Centro de Documentação e Memória do Mercado Segurador da CNseg (Cedom), composta por tópicos especiais sobre as ações e iniciativas mais relevantes realizadas ao longo desse período. Os conteúdos da série, a serem publicados mensalmente no site do Cedom ([cedom.cnseg.org.br](http://cedom.cnseg.org.br)), permitirão aos leitores fazer uma viagem no tempo, conhecer capítulos marcantes do setor de seguros nacional e conferir o papel da entidade na proposição de ideias inovadoras desde sua fundação.

A série relembra algumas das bandeiras do setor, defendidas pela confederação. Entre as quais, destacam-se: o reconhecimento de sua importância estratégica para o crescimento sustentado da economia nacional, o empenho em disseminar a cultura do seguro e o aprimoramento do relacionamento com os consumidores. Ao longo dessas décadas, a entidade esteve presente em momentos importantes da história do Brasil, contribuindo para o desenvolvimento socioeconômico do País com o fortalecimento do setor segurador nacional.

### Striking history in a time journey

Throughout 2021, the entity's trajectory will be evidenced in the CNseg series: *70 years making history*, produced by the CNseg Insurance Market Documentation and Memory Center (Cedom), composed of special topics on the most relevant actions and initiatives carried out over the period course. The series contents, to be published monthly on website ([cedom.cnseg.org.br](http://cedom.cnseg.org.br)), will allow readers to take a trip through time, learn about important national insurance sector's chapters and check the entity's role in proposing innovating ideas since your foundation. The series will recall some of the industry's flags, defended by the Confederation. Among them, the following stand out: the recognition of strategic importance for the sustained growth of the national economy, the effort to disseminate the insurance culture and the improvement of the relationship with consumers. Throughout these decades, the entity has been present at important moments in the history of Brazil, contributing to the country's socioeconomic development by strengthening the national insurance sector.

# Re|connect

To data.  
To business.  
To customers.

The threat of business interruption comes in all shapes and sizes. Restoring yours as quickly as possible with minimal impact to your customers and reputation is your number one priority. It's ours too.

NOT IF, BUT HOW

Munich RE 



ALARYS & APOGERIS  
CONGRESS

ALARYS &  
APOGERIS  
CONGRESS

PORTO 2018

Jorge Luzzi, CEO Global da RCG Risk Consulting Group

# Cinquentenário ratifica o sucesso

## 50th anniversary confirms success

*Desde sua criação, RCG é considerada a melhor empresa do mercado em análise e gestão de riscos. Seus serviços são fornecidos para diversos segmentos da indústria*

*Since its foundation, RCG has been considered the best company on risk and management analysis in the market. Services provided to various industry segments*

Em face do período de pandemia que estamos vivendo, é inevitável que ocorram adaptações, por parte de toda a população e, principalmente, pelas organizações empresariais. O esforço para manter rotinas, foco e organização no trabalho acabou sendo bem maior do que na época do pré-coronavírus. Tendo em vista os desafios enfrentados, a RCG ganha destaque por ser uma das empresas que tiveram boa adaptação aos novos modelos, ao conseguir gerar oportunidades em um período tão conturbado quanto este que vivemos.

A RCG é uma empresa multinacional conhecida como modelo de excelência na análise de risco, controle de perdas e implantação de programas de gestão de riscos. Os seus serviços são fornecidos mundialmente para diversos segmentos da indústria, sendo referência em suporte estratégico e apoio essencial para que as organizações atendidas possam compreender o impacto das ameaças que estão expostas, sempre avaliando as vulnerabilidades de suas operações. Após seus 50 anos de formação, a RCG continua em busca de ampliar seus negócios, aprimorar a qualidade dos serviços aos seus clientes e conquistar um público ainda maior.

“Celebrar os 50 anos de uma empresa que tem como atividade central a lida diária com diferentes nuances de riscos é uma grande conquista, ainda mais em um momento tão desafiador para muitos negócios. Segundo a nossa filosofia, as ameaças são elementos naturais que fazem parte do modelo de negócios de todas as organizações. Entretanto, saber prevê-las, tratá-las e revertê-las requer experiência, tradição e rigor técnico”, enfatiza Jorge Luzzi, CEO Global da RCG. “Vamos comemorar o momento e criar oportunidades que possam ser transformadas em vantagens competitivas. Graças à nossa trajetória de sucesso, temos avançado a passos largos na missão de ampliar serviços e atender às novas demandas que surgem no mercado”, completa.

Entre os benefícios gerados pela marca aos clientes, destaca-se a redução de prejuízos patrimoniais, a adequação dos custos de seguro, a otimização dos investimentos em segurança, a redução ou eliminação de riscos que podem resultar em perdas decorrentes de ações trabalhistas, multas ou indenizações, a diferenciação mercadológica, entre outros. Sendo assim, os clientes podem se sentir

In the face of the pandemic period that we are living in, it is inevitable that adaptations will occur, on the part of the entire population and, mainly, by business organizations. The effort to maintain routines, focus and organization at work ended up being much greater than at the time of the pre-coronavirus. In view of challenges faced, RCG stands out for being one of the companies that had a good adaptation to the new models, as it managed to generate opportunities in a period as turbulent as the one we live in.

RCG is a multinational company known as a model of excellence in risk analysis, loss control and risk management programs implantation. Services provided worldwide to various industry segments, being a reference in strategic assistance and essential support so that the served organizations can understand the impact of the threats that are exposed, always assessing the vulnerabilities of their operations. After 50 After fifty years of constitution, RCG continues to seek business expansion, improve quality of services to customers and attract an even greater audience.

“Celebrating the 50th anniversary of a company that has as core activity the daily deal with different risks variants is a great achievement, especially at such a challenging time for many businesses. According to our philosophy, threats are a natural elements that is part of the business model of all organizations. However, knowing how to foresee, treat and reverse them requires experience, tradition and technical rigor”, emphasizes Jorge Luzzi, RCG Global CEO. “Let’s celebrate the moment and create opportunities that can be transformed into competitive advantages. Thanks to our successful trajectory, we have made great strides in our mission to expand services and attend the new demands that arise in the market”, he adds.

Among the gendered benefits by the brand to customers, we highlight the reduction of property losses, the adequacy of insurance costs, the optimization of investments in security, the reduction or risks deletion that may result in losses resulting from labor lawsuits, fines or indemnities, market differentiation, among others. Thus, customers can feel safe and have the possibility to count not only with one, but with seven



**Luzzi e executivos da companhia durante a Expo ABGR 2019: diversos serviços em nível mundial, para auxiliar empresas a mapear, gerir e mitigar riscos**  
**Luzzi and company executives during 2019 Expo ABGR: several worldwide services, to help companies to map, manage and mitigate risks**

seguros e ter a possibilidade de contar não só com uma, mas com diversas opções existentes e oferecidas pela RCG para garantir sua satisfação.

### Da Herco para RCG

Fundada inicialmente como Herco, em 1971, na cidade de Blumenau (Santa Catarina), a organização foi pioneira do segmento no Brasil, com a finalidade de atender demandas específicas de uma das maiores empresas da indústria têxtil. À época, o desafio foi reestruturar por completo o departamento de engenharia que era designado para desenvolver e controlar o programa de gestão de risco. A partir deste acontecimento, a Herco passou a se destacar por apresentar um alto rigor técnico, tendo precisão operacional, sofisticação tecnológica e criatividade para aperfeiçoar a gestão de riscos corporativos.

Após a sua consolidação, em 1994, a Herco passou a focar no aprimoramento e na especialização técnica do processo de análise de riscos operacionais e industriais, além de atuar na interface com outros segmentos da indústria e com o mercado segurador. Na época, além dos clientes do segmento têxtil, a empresa atendia marcas renomadas de diferentes segmentos de mercado, como óleo e gás, siderurgia, geração e distribuição de energia, telecomunicações, bens de consumo, entre outros.

A partir de 1996, a Herco passou a utilizar ainda mais ferramentas tecnológicas e modelagens matemáticas para realizar estudos de análise de riscos com cálculo de consequências. A companhia se tornou pioneira na aquisição

ral existing options offered by RCG to guarantee their satisfaction.

### From Herco to RCG

Initially founded as Herco, in 1971, in the city of Blumenau (Santa Catarina), the organization was a pioneer in the segment in Brazil, with the purpose of meeting specific demands of one of the largest companies in the textile industry. At the time, the challenge was to completely restructure the engineering department that was assigned to develop and control the risk management program. From this event, Herco started to stand out for presenting a high technical rigor, having operational precision, technological sophistication and creativity to improve the management of corporate risks.

After consolidation in 1994, Herco began to focus on improving and technical specialization in the process of analyzing operational and industrial risks, in addition to acting in the interface with other industry segments and the insurance market. At the time, in addition to customers in the textile segment, the company served renowned brands from different market segments, such as oil and gas, steel, power generation and distribution, telecommunications, consumer goods, among others.

From 1996, Herco started to use even more technological tools and mathematical modeling to carry out risk analysis studies with consequences measurement. The company became a pioneer in the PHAST acquisition, one of

do PHAST, um dos mais vigorosos softwares do mercado em análise quantitativa de riscos.

No início dos anos 2000, foi criada a Herco Portugal que, mais tarde, se integrou à Herco Brasil. Em Portugal, surgiu uma nova linha de negócios que incluía a incorporação de serviços voltados para os riscos de acidentes trabalhistas. Nesta mesma época, a fim de corresponder ao desejo da empresa de expandir as suas atividades no atendimento a diversos segmentos de mercado, foi criado o departamento de Gestão de Riscos em Logística e Transportes, voltado para o controle dos riscos estratégicos. A partir de 2013, a empresa iniciou sua expansão: abriu escritórios na Europa, África e América do Norte e, atualmente, já se faz presente em Blumenau, São Paulo e Rio de Janeiro (Brasil), e em cidades tão diferentes como Lisboa, Porto, Dallas, Cidade do México, Luanda (Angola) e Valeta (Malta).

Em 2018, a Herco passou a ser chamada de RCG Powered by Herco. A sigla é uma abreviatura de Risk Consulting Group, e a mudança foi realizada com o objetivo de ampliar ainda mais a visibilidade da empresa e conquistar novos mercados, colocando a marca em evidência e destacando-a como a melhor opção dentro do segmento em que opera. “Este foi um movimento importante para a consolidação da companhia nos cinco continentes. A nossa natureza de consultoria de riscos foi mantida, assim como a expertise e a eficiência que conquistamos. O reposicionamento atrelado ao nome RCG Powered by Herco reafirma a nossa internacionalização e tende a atrair potenciais clientes em outros mercados”, comenta Luzzi.

### Destaque em serviços

A RCG atua com diversos serviços, em nível mundial, para auxiliar empresas a mapear, gerir e mitigar riscos. Com uma equipe técnica extremamente qualificada composta por engenheiros de segurança do trabalho, químicos, civis, eletricitas, mecânicos e especialistas em logística e transportes, a organização é capaz de avaliar os riscos das operações que serão realizadas em qualquer parte do mundo e, então, aumentar a segurança dos investimentos realizados, otimizando a redução de riscos de prejuízos patrimoniais e também a

the most vigorous software in the market in quantitative risk analysis.

In the early 2000s, Herco Portugal was created and later joined Herco Brasil. In Portugal, a new line of business emerged that included the incorporation of services aimed at the risks of labor accidents. At the same time, in order to respond to the company's desire to expand activities to serve different market segments, the Logistics and Transportation Risk Management department was created, aimed at controlling strategic risks. From 2013, the company started its expansion: opened offices in Europe, Africa and North America and, currently, present in Blumenau, São Paulo and Rio de Janeiro (Brazil), and in cities as different as Lisbon, Porto, Dallas, Mexico City, Luanda (Angola) and Valeta (Malta).

In 2018, Herco came to be called RCG Powered by Herco. The acronym is an abbreviation for Risk Consulting Group, and the change was made with the objective of further expanding the company's visibility and conquering new markets, putting the brand in evidence and highlighting it as the best option within the segment in which it operates. “This was an important move for the company consolidation within the five continents. Our nature of risk consulting has been maintained, as well as the expertise and efficiency we have gained. The repositioning linked to the name RCG Powered by Herco

reaffirms our internationalization and tends to attract potential customers in other markets”, comments Luzzi.

### Services highlights

RCG operates with several services worldwide, to help companies map, manage and mitigate risks. With an extremely qualified technical team made up of occupational safety engineers, chemists, civilians, electricians, mechanics and logistics and transportation specialists, the organization is able to measure the risks of operations that will be carried out anywhere in the world and, therefore, increase the security of the investments made, optimizing the risk reduction of property losses and also the business continuity.

Divided into five pillars, the



**Luzzi autografa o livro *Os desafios da gestão de riscos* lançado no Congresso da Alarys e Apogeris, na cidade do Porto, em Portugal**

**Luzzi autographs the book *The challenges of risk management* launched at the Congress of Alarys and Apogeris, in the city of Porto, in Portugal**

continuidade do negócio (*business continuity*).

Divididos em cinco pilares, os serviços oferecidos pela RCG são os seguintes:

**Gestão de Riscos Estratégicos: Strategic Risk Management (SRM); Operational Risk Management (ORM); Strategic Risk Financing (SRF) e Estudos de Viabilidade e Implementação de Empresa de Seguros Cativa.**

Na área de Enterprise Risk Management: Gestão de Riscos Operacionais; Gestão de Riscos Ambientais; Soluções tecnológicas; Business Impact Analysis (BIA); Análise de Risco; Análise Preliminar de Perigo (APP); Análises de Perigo e Operacionalidade (HAZOP); Estudo de classificação de áreas e inspeção de equipamentos “Ex”; Estudos de Modelagem Matemática para avaliação de efeitos de incêndio, explosão e dispersão de gases perigosos; Plano de resposta a emergências e Gestão de Crises; Auditoria de Compliance e Adequação de Normas Regulamentadoras (NRs); Implantação do Gerenciamento de Riscos Ocupacionais (GRO); Gestão, Planejamento e Auditoria de Segurança e Saúde em Paradas de Manutenção; Treinamentos e Formação de Multiplicadores, entre outros.

Em termos de Gestão de Riscos em Transportes: Programa de Gerenciamento de Riscos em Transportes (PGR); Diagnósticos de análise e identificação das falhas na logística (roubos, acidentes, danos à mercadoria); Avaliação do cumprimento dos planos de Gerenciamento de Riscos; Inspeção de riscos e controle de perdas durante o transporte e a armazenagem de cargas; Avaliação e Implementação dos processos de segurança patrimonial; Serviços para área de Seguros das Empresas.

Serviços para Seguradoras e Corretoras: Inspeção de riscos para seguros; Apresentações Técnicas – Road Show; Cálculo técnico de DMP (Dano Máximo Provável); PMP (Perda Máxima Possível) e PNE (Perda Normal Esperada) e *Underwriting Information*.

Por mais que a RCG já disponibilize um leque de serviços, a marca está sempre em busca da inovação e mantém seu olhar atento às constantes inovações do mercado a fim de desenvolver programas de gerenciamento estruturados especificamente para cada cliente. “A RCG tem um portfólio de soluções que pode atender com eficiência, proximidade, solidez e confiança qualquer empresa em qualquer localidade do planeta. É uma consultoria feita para somar, que pensa em estratégias e soluções que protegem bens, reputações e pessoas”, finaliza Jorge Luzzi.

services offered by RCG are as follows:

**Strategic Risk Management (SRM); Operational Risk Management (ORM); Strategic Risk Financing (SRF) and Feasibility and Implementation Studies for a Captive Insurance Company.**

In the area of Enterprise Risk Management: Operational Risk Management; Environmental Risk Management; Technologic solutions; Business Impact Analysis (BIA); Risk analysis; Preliminary Hazard Analysis (APP); Hazard and Operationality Analysis (HAZOP); Study of classification of areas and inspection of “Ex” equipment; Mathematical Modeling Studies to value the effects of fire, explosion and dispersion of hazardous gases; Emergency response plan and Crisis Management; Compliance Audit and Adequacy of Regulatory Norms (NRs); Implementation of Occupational Risk Management (GRO); Health and Safety Management, Planning and Auditing at Maintenance Stops; Training and Shaping of Multipliers, among others.

In terms of Transportation Risk Management: Transportation Risk Management Program (PGR); Diagnosis of analysis and failure identification in logistics (theft, accidents, damage to goods); Assessment of compliance with Risk Management plans; Risk inspection and loss control during cargo transportation and storage; Evaluation and implementation of property security processes; Services for Corporate Insurance.

Services for Insurers and Brokers: insurance risks inspection; Technical Presentations - Road Show; Technical calculation of DMP (Maximum Probable Damage); PMP (Maximum Possible Loss) and PNE (Normal Expected Loss) and Underwriting Information.

As much as RCG already offers a range of services, the brand is always looking for innovation and keeps its eye on constant market innovations in order to develop management programs structured specifically for each client.

“RCG has a portfolio of solutions that can serve any company in any location on the planet with efficiency, proximity, solidity and confidence. It is a consultancy designed to add up, thinking about strategies and solutions that protect assets, reputations and people”, concludes Jorge Luzzi.

**Divididos em cinco pilares, os serviços oferecidos pela RCG são os seguintes: Gestão de Riscos Estratégicos: Strategic Risk Management (SRM); Operational Risk Management (ORM); Strategic Risk Financing (SRF) e Estudos de Viabilidade e Implementação de Empresa de Seguros Cativa**

**Divided into five pillars, the services offered by RCG are as follows: Strategic Risk Management (SRM); Operational Risk Management (ORM); Strategic Risk Financing (SRF) and Feasibility and Implementation Studies for a Captive Insurance Company**

# Nova liderança para o CVG-SP

## New leadership to CVG-SP

O Clube Vida em Grupo São Paulo (CVG-SP) elegeu por aclamação, Marcos Kobayashi para presidente na gestão 2021/2022, em assembleia virtual, realizada recentemente. Vice-presidente na última gestão, ele sucede a Silas Kasahaya no cargo, que terminou o seu segundo mandato em dezembro. Desde janeiro, ele passou a presidir o Conselho Consultivo. No seu pronunciamento, Kobayashi agradeceu

a participação dos membros de sua diretoria, ressaltando as características comuns de profissionalismo e engajamento no desenvolvimento do seguro de pessoas. "Partindo do alicerce construído por tantos mestres que passaram pelo CVG-SP, nosso compromisso é conduzir a entidade com muita dedicação e responsabilidade, pensando na evolução e crescimento, com uma dose de criatividade necessária para esse tempo diferente", afirmou. Na ocasião, o ex-presidente Silas Kasahaya transmitiu um vídeo com a retrospectiva do ano na entidade, destacando alguns números, como 50 empresas associadas, dez eventos realizados em 2020, a maioria virtual, com a participação interativa de quase 4 mil pessoas, além de dez cursos online, com 300 alunos. "Apesar do isolamento social, foi um ano intenso e de muito aprendizado", ressaltou.

Kobayashi contará com 22 membros na diretoria, dos quais oito estreantes. Três novos na Diretoria de Relações com o Mercado – Anderson Fabiano Mundim Martins, Carlindo Boaventura Ferreira e Flávio Vasques de Oliveira – e cinco na Diretoria de Seguros – Asenate Souza, Israel Angelo dos Santos, Lidiane da Rocha, Luiz Eduardo Dilli Gonçalves e Mauricio de Oliveira Leite. Kobayashi afirmou que deseja exercer a liderança compartilhada. "Todos terão a oportunidade de lançar projetos para o CVG-SP e colocar a sua marca pessoal", garantiu o presidente eleito.



**Kobayashi: "Nosso compromisso é conduzir a entidade com muita dedicação e responsabilidade"**

**Kobayashi: "Our commitment is to lead the organization with a lot of dedication and responsibility"**

Clube Vida em Grupo São Paulo (CVG-SP) elected, by acclamation, Marcos Kobayashi as president in the 2021/2022 administration, in a virtual assembly, held recently. Vice-president in the last term, he succeeds Silas Kasahaya in office, who ended his second term in December. Since January, he has chaired the Advisory Board.

In his speech, Kobayashi thanked the members of his board of di-

rectors for their participation, highlighting the common characteristics of professionalism and engagement in the development of personal insurance. "Starting from the foundation built by so many masters who passed through CVG-SP, our commitment is to lead the entity with a lot of dedication and responsibility, thinking about the evolution and growth, with a dose of creativity necessary for this different time", he said.

On the occasion, former President Silas Kasahaya broadcast a video with the year's retrospective at the entity, highlighting some numbers, such as 50 member companies, ten events held in 2020, majority in virtual way, with the interactive participation of almost 4 thousand people, in addition to ten online courses with 300 listeners. "Despite the social isolation, it was an intense year and a lot of learning," he stressed.

Kobayashi will have 22 members on the board, of which eight are newcomers. Three new in the Market Relations Department - Anderson Fabiano Mundim Martins, Carlindo Boaventura Ferreira and Flávio Vasques de Oliveira - and five in the Insurance Department - Asenate Souza, Israel Angelo dos Santos, Lidiane da Rocha, Luiz Eduardo Dilli Gonçalves and Mauricio de Oliveira Leite. Kobayashi said he wants to exercise shared leadership. "Everyone will have the opportunity to launch projects for CVG-SP and put their personal brand," guaranteed the president-elect.



Alfredo Lalia Neto, CEO da Sompo Seguros

---

# Reforço no planejamento e foco no cliente

## Reinforcement in planning and customer focus

*Alfredo Lalia Neto assume Sampo Seguros com a meta de conduzir expansão no Brasil*

*Alfredo Lalia Neto takes over Sampo Seguros with a goal to driving expansion in Brazil*

A Sampo Seguros iniciou 2021 anunciando a mudança de comando no Brasil. Desde janeiro, Alfredo Lalia Neto é o CEO à frente da companhia. E para esse novo ano o executivo já determinou sua meta: dar andamento aos planos de expansão da seguradora por meio dos investimentos em suas diferentes linhas de produtos e serviços para alcançar abrangência e market share, com sustentabilidade e foco no cliente. “A missão é conduzir essa nova fase da companhia no Brasil. Estamos falando de um grupo com mais de 130 anos de atuação no Japão e tem no Brasil uma operação consolidada, que há anos mantém os índices de classificação mais altos de solidez financeira pelas agências de *rating* e que é a segunda maior subsidiária fora do país de origem do grupo”, observa o executivo.

“Desde a minha chegada já realizei mais de cem reuniões temáticas com as lideranças da companhia, em que pude me aprofundar nos processos e reforçar nosso planejamento estratégico de foco no cliente e nos parceiros. Já definimos nossas metas de curto prazo e agora estamos construindo nossa ambição de médio e longo prazos. Decidimos orientar nossas ações para que a Sampo continue a incrementar a qualidade em termos de cobertura e prestação de serviços nas diversas linhas de produto que disponibiliza”, afirma Lalia Neto. Para isso, o processo de digitalização é uma peça fundamental.

Na Sampo Seguros, os investimentos em tecnologia da informação feitos nos anos recentes foram cruciais para a disponibilização de uma série de serviços que agregaram valor ao seguro e incrementaram a jornada do cliente junto à seguradora. Todas as informações das apólices e a Assistência 24 Horas podem ser solicitadas pelos segurados via App. Já os corretores de seguros acompanharam o lançamento de novos sistemas de cotação, processos digitais que tornaram as vistorias e regulação de sinistros ainda mais ágeis, além de novas ferramentas nos portais do corretor que contribuem com a gestão das carteiras mantidas junto à companhia.

Um fator relevante é que esse processo deve acontecer mantendo a reconhecida política de Portas Abertas da Sampo Seguros. A companhia conta atualmente com mais de 26 mil corretores e 69 assessorias de seguros parceiros em todo o Brasil e, mesmo com os desafios impostos pela pandemia, a equipe comercial manteve um ritmo de mais de 800 reuniões mensais de negócios e de suporte estratégico aos parceiros.

Lalia Neto avalia que a pandemia provocou mudanças

Sampo Seguros started 2021 announcing the change of command in Brazil. Since January, Alfredo Lalia Neto became the company's CEO. And for this new year, the executive has already set his goal: to continue the expansion plans of the insurance company through investments in its different lines of products and services to achieve scope and market share, with sustainability and focus on the customer. “The mission is to lead this new phase of the company in Brazil. We are talking about a group with more than 130 years of experience in Japan and has a consolidated operation in Brazil, which for years has maintained the highest rating indexes of financial strength by rating agencies and which is the second largest subsidiary outside the country's origin group”, observes the executive.

“Since my arrival, I have already held more than one hundred thematic meetings with the company's leaders, in which I was able to go deeper into the processes and reinforce our strategic planning with a focus on the customer and partners. We have already defined our short-term ambition and we are now working out our medium and long-term ambitions. We decided to direct our actions so that Sampo continues to increase quality in terms of coverage and service provision in the various product lines that we offer”, says Lalia Neto. For this, the digitization process is a fundamental part.

At Sampo Seguros, investments in information technology made in recent years were crucial to provide a series of services that added value to insurance and increased the customer's journey with the insurance company. All policy information and 24 Hour Assistance can be requested by policyholders via App. Ever Insurance brokers followed the launch of new quotation systems, digital processes that made inspections and claims regulation even more agile, in addition to new tools in the broker's website that contribute to the management of portfolios maintained with the company.

A relevant factor is that such process must take place in keeping with Sampo Seguros' recognized Open Doors policy. The company currently has over 26 thousand brokers and 69 insurance advisory partners throughout Brazil and, despite the challenges imposed by the pandemic, the commercial team maintained a rhythm of more than 800 monthly business and strategic support meetings to the partners.

Lalia Neto evaluates that the pandemic induced pro-

profundas nas relações sociais e profissionais, o que vai exigir um esforço significativo dos agentes do mercado segurador para compreender e atender às novas formas de interação e demandas do novo consumidor. “O processo de digitalização será crucial, como também deverá acontecer uma adaptação do tradicional contato *face to face*”, analisa. “Mas, com certeza, o contato próximo e humano ainda será o principal diferencial para conquistar a confiança do cliente. Resumindo: acredito que o balanceamento adequado entre o ‘físico’ e o ‘digital’ será o diferencial competitivo no futuro”, ressalta o executivo.



**Lalia Neto: mais de cem reuniões temáticas com as lideranças da companhia**  
**Lalia Neto: over one hundred thematic meetings with company's leaders**

found changes in social and professional relationships, which will require a significant effort by the insurance market agents to understand and answer the new consumer present-day interaction's forms and demands. "The digitization process will be crucial, as well as a traditional face to face contact acclimation," he analyzes. "But, certainly, close and human contact will still be the main differential to attract the customer's reliability. To abbreviate:

I believe that the proper equation between 'physical' and 'digital' will be the competitive differential in the future", says the executive.

**Trajectory**

Apesar de recém-chegado, o novo CEO da Sompo Seguros já conhece bem e acompanha a evolução da companhia nos anos recentes. Inclusive, seu ingresso no mercado de seguros aconteceu em uma das empresas do grupo. “Quando jovem, não conhecia a indústria de seguros. Fiz um bacharelado e pós-graduação em Física e como decidi não seguir carreira acadêmica, comecei a buscar uma oportunidade. Tomei conhecimento de uma seguradora que havia aberto um programa e, depois de todo o processo de seleção, fui aprovado como trainee. Essa companhia era a Yasuda Seguros, uma das companhias que mais tarde dariam origem à marca Sompo Seguros no Brasil”. Em quase quatro anos na empresa, amechou resultados, como ser o mais jovem profissional a assumir uma posição executiva e estar à frente da carteira de automóvel, que representava 60% do volume de prêmios da companhia, com a qual alcançou redução de 6% na sinistralidade num período em que o mercado enfrentava desafios. “Foi nesse período que desenvolvi minha paixão pelo segmento e decidi construir uma carreira na área”, lembra. Em mais de 27 anos dedicados ao mercado, Lalia Neto vivenciou as várias transformações do segmento. Também ocupou cargos como os de diretor Técnico e de Produtos em praticamente todos os ramos, incluindo Automóvel, P&C, Transporte, Vida, Previdência, Capitalização e Saúde. Também foi *chief risk officer* para o Brasil e América Latina e CEO em duas das dez maiores companhias do mercado. “Passei por várias companhias, convivi com muitos profissionais trabalhando em várias culturas e estive à frente de projetos bastante desafiadores. Agora decidi vir para a Sompo, com a motivação de voltar a uma casa em que aprendi muito, com valores muito alinhados aos meus e que foi o pilar de formação da minha carreira”.

**Trajectory**

Despite being a newcomer, the new CEO of Sompo Seguros is already well acquainted with and follows the company's evolution in recent years. In fact, its entry into the insurance market took place at one of the group's companies. “When I was young, I didn't know the insurance industry. I went for a bachelor's and postgraduate degree in Physics and as I decided not to pursue an academic career, I started looking for an opportunity. I became aware of an insurance company that had opened a program and, after the entire selection process, I was approved as a trainee. That company was Yasuda Seguros, one of the companies that would later give rise to the Sompo Seguros brand in Brazil”. In almost four years at the company, he has achieved results, such as being the youngest professional to take an executive position and being at the head of the automobile portfolio, which represented 60% of the company's premium volume, achieving a 6% loss rate reduction in a period when the market faced challenges. “It was during this period that I developed my passion for the segment and decided to set up a career in the area”, he recalls. In more than 27 years dedicated to the market, Lalia Neto has experienced the various transformations in the segment. He also held positions such as Technical and Products Director in practically all branches, including Automobile, P&C, Transport, Life, Private Pension, Capitalization Bonds and Health. He was also Brazil and Latin America Chief Risk Officer and CEO in two of the ten largest market companies. “I went to several companies, I lived with many professionals working in different cultures and I was in charge of very challenging projects. Now I decided to come to Sompo, with the motivation to return to a house where I learned a lot, in highly line with my values and that was the shaping pillar of my career”.

# Pandemia e redenção

## Pandemic and redemption

*João Marcelo dos Santos\**

A pandemia trouxe ao mundo milhões de mortes, perdas de renda e esperança. E não acabou. Nessa guerra, o inimigo é um exército camicase. Não há a vitória clássica. O vírus não capitulará. Ele não tem objetivos geopolíticos ou econômicos. Contudo, há aqui a chance de uma redenção.

Acostumamo-nos, no Brasil, com a corrupção, a política desvirtuada, a irresponsabilidade econômica geral, a irresponsabilidade individual pelos próprios atos e omissões e a leniência com malfeitos, tudo amplificado pela pandemia. Pensamos nesses problemas como criados em Brasília, nas elites, nos radicais de direita ou de esquerda, em castas específicas, em ignorantes prepotentes ou qualquer outro lugar, desde que não seja o nosso.

Além disso, a polarização que vivenciamos desvia a energia da indignação com o 'errado' para a disputa com o outro lado. Anestesia-nos para o antiético. O difícil com temas éticos não é o consenso. Difícil, não como contrapartida, mas como dever inerente ao bem viver, é cada um suportar as perdas e sacrifícios que a ética exige, na vida e nas convicções. Ocorre que só assim ela vicejará e chegará a todos os lugares.

Como diria Gandhi, vamos ser a mudança que queremos ver no mundo. Vamos nos autocriticar e criticar os que nos inspiram. Vamos reagir a empresários e políticos desonestos e maus funcionários públicos, mesmo que sejam nossos vizinhos e familiares. Vamos ouvir o outro e aprender, o que nos torna melhores e mais capazes de amar. Mesmo que o outro não nos ouça. Isso são força e evolução, não derrota ou concessão injusta.

Só assim mudaremos o mundo e os outros, começando pelo nosso meio, nossa cidade e nosso país. Já perdemos tempo demais. O futuro é reponsabilidade nossa e é lá que viveremos.

*João Marcelo dos Santos é presidente da Academia Nacional de Seguros e Previdência (ANSP), ex-diretor e superintendente substituto da Susep e sócio-fundador do Escritório Santos Bevilaqua Advogados*



The pandemic has brought millions of deaths, losses of income and hope to the world. And it's not over. In this war, the enemy is a kamikaze army. There is no classic victory. The virus will not capitulate. It has no geopolitical or economic goals. However, there is a chance for redemption here.

In Brazil, we have become familiarized to corruption, distorted politics, general economic irresponsibility, individual irresponsibility for their own acts and omissions and lenience with wrongdoing, all amplified by the pandemic. We think of these problems as created in Brasilia, in the elites, in the right or left radicals, in specific castes, in arrogant ignoramuses or anywhere else, provided it is not ours.

In addition, the polarization we experience shifts the energy

from outrage at the 'wrong' to the dispute with the other side. Anesthesia us to the unethical. The difficulty with ethical issues is not consensus. Difficult, not as a counterpart, but as a duty inherent to well live, it is up to each one to bear the losses and sacrifices that ethics demands, in life and in convictions. It just so happens that it will thrive and reach everywhere.

As Gandhi would say, we let's be the change we want to see in the world. We will self-censure and complain those who inspire us. We will react to dishonest businessmen and politicians and bad public officials, even if they are our neighbors and family. Let's listen to each other and learn, which makes us better and more capable to love. Even if the other doesn't hear us. These are strength and evolution, not defeat or unfair concession.

Only then will we change the world and the others, starting in our environment, our city and our country. We've already wasted too much time. The future is our responsibility and that is where we will to live.

*João Marcelo dos Santos is president of the National Academy of Insurance and Pension Funds (ANSP), former director and substitute superintendent of Susep and founding partner of the firm Santos Bevilaqua Advogados*

# Legislação atualizada e mais ágil

## Updated and more agile legislation

*Especialistas debatem efeitos da Nova Lei de Licitações e seus mecanismos*

*Experts debate the effects of the New Bidding Law and its mechanisms*

O mercado está na expectativa da sanção pelo presidente Jair Bolsonaro do Projeto de Lei nº 4523/2020, que estabelece normas gerais de licitação e contratação para a administração pública, ampliando os limites do seguro garantia. A cobertura, que antes era limitada a 10% da obra, poderá chegar a 30% do valor do contrato. O PL altera toda a legislação



brasileira no que se refere às licitações, sendo revogadas as leis 8.666/93, 10.520/02 e 12.462/11. O assunto foi alvo de debate recente promovido pela Fator Seguradora e a Wiz Corporate que realizaram um webinar com o tema "Impactos da Nova Lei de Licitações no Mercado de Seguro Garantia".

O evento atraiu a participação de 300 internautas, entre profissionais da área, executivos e especialistas, sob a mediação da diretora da WIZ Corporate, Stephanie Zalcmán. O trio de palestrantes, composto por Pedro Mattosinho, diretor de Garantia da Fator Seguradora, Eduardo Viegas, vice-presidente da Concremat, e Dennys Zimmermann, sócio da RPZ Advogados, apresentaram importantes esclarecimentos sobre a nova Lei de Geral de Licitações à luz da realidade do mercado.

Primeiro a falar, Zimmermann comentou sobre aspectos mais relevantes do Projeto de Lei nº 4523/2020. Ele destacou uma peculiaridade: a coexistência da lei com outros regimes jurídicos, ou seja, cada ente federativo ou órgão público poderá adotar a lei nova ou as leis anteriores, que só deixarão de vigorar em dois anos, a contar da efetiva publicação da nova norma. Zimmermann ressaltou que o dispositivo legal contempla mecanismos importantes, como instrumentos gerenciais de gestão e a possibilidade de se profissionalizar a licitação, com o

The market is awaiting the sanction by President Jair Bolsonaro, Bill (PL) no. 4,523/2020, which establishes general rules for bidding and contracting for the public administration, expanding the limits of Surety Coverage, which was previously limited to 10%, may reach to 30% xxxxxx the contract value. The PL changes all Brazilian legislation regarding

to bidding, laws 8,666 / 93, 10,520 / 02 and 12,462 / 11 being revoked. Subject of a recent debate promoted by Fator Seguradora and Wiz Corporate, which performed a webinar with the theme "Impacts of the New Bidding Law on the Surety Insurance Market".

The event attracted the participation of 300 internet users, among sector's professionals, executives and specialists, under the director of WIZ Corporate, Stephanie Zalcmán mediation. The three speakers, composed by Pedro Mattosinho, Director of Surety at Fator Seguradora, Eduardo Viegas, Vice President of Concremat, and Dennys Zimmermann, partner at RPZ Advogados, presented important clarifications on the new General Bidding Law in optics from the market reality.

The first speaker Zimmermann, commented on the most relevant aspects of Bill no. 4523/2020. He highlighted a peculiarity: the coexistence of the Law with other legal regimes, that is, each Federative entity or public body may adopt the new law or the previous laws, which will only cease to be in force in two years, counting from the effective the new rule disclosure. Zimmermann stressed that the legal provision includes important mechanisms, such as management instruments and the possibility of professionalizing the bidding process, with the advent of hiring agents.

advento dos agentes de contratação.

“A Nova Lei de Licitações traz previsibilidade e segurança jurídica”, afirmou, em face da fragilidade dos projetos básicos da administração pública. Nesse caso, ele citou, como exemplo, o processo de regulação de sinistros. Em sua análise, as obras de grande porte estão no bojo da matriz de risco, parte integral do edital de licitação. “É importante delimitar a repartição objetiva dos riscos do contrato, fundamental para o equilíbrio financeiro do mercado”.

### Cláusula *step-in*

Já Pedro Mattosinho advertiu: “O mercado segurador terá se preparar, acompanhando a formatação do projeto e o andamento da obra”, antecipando-se a eventuais prejuízos no decorrer da execução de um empreendimento. Mattosinho reiterou que o nível de responsabilidade e de obrigações e das seguradoras é alto, pois terá de verificar *in loco* todo o desenrolar do projeto. E se, eventualmente, o tomador abandonar a obra ou a prestação do serviço, a companhia assumirá o ônus.

Nesse contexto, a principal novidade é a cláusula *step-in*, em que a própria seguradora assume a responsabilidade pela conclusão da obra em caso de inadimplemento por parte do contratado. A companhia seguradora fica isenta da obrigação de pagamento da importância segurada prevista na apólice.

O diretor de Garantia da Fator considerou inadmissível uma apólice com duração de cinco anos apresentar um problema já no quarto ano de vigência, quando o negócio estiver sob risco. Esse será um grande desafio, sobretudo, para as corretoras de seguros que, com a nova lei, assumirão um papel “mais construtivo do que transacional”. Stephanie Zalzman concordou com Mattosinho. Segundo ela, os corretores precisam estar muito mais comprometidos com os riscos da operação. Embora a nova lei exija análise mais complexa do negócio, o profissional deve trazer à corretora essa oportunidade, de atuar em grandes empreendimentos e expandir as suas atividades. Eduardo Viegas, por sua vez, exibiu a visão do tomador. Ele identificou alguns aspectos positivos na nova lei. O primeiro deles reside na natureza da licitação nos projetos de engenharia. O sistema de pregão e o regime diferenciado de contratação vão deixar de existir, embora permaneçam valendo por mais dois anos após a entrada em vigor da Lei de Licitações. O vice-presidente da Concremat sempre defendeu o fim do pregão e sua política do menor preço.

Outro ponto positivo é a modalidade competitiva, muito comum na Europa. “Ela será utilizada para licitações que envolvam inovação tecnológica ou técnica”, ressaltou Viegas. Além da questão tecnológica, essa modalidade, segundo o Projeto de Lei nº 4523/2020, pode ser aplicada nas contratações, cuja “impossibilidade de o órgão ou entidade ter sua necessidade satisfeita sem a adaptação de soluções disponíveis no mercado” e também na “impossibilidade de as especificações técnicas serem definidas com precisão suficiente pela Administração”.

“The New Bidding Law brings predictability and legal certainty,” he said, given the fragility of basic public administration projects. In this case, he cited, as an example, the claims adjustment process. In his analysis, the large constructions are at the heart of the risk matrix, an integral part of the bidding notice. “It is important to delimit the objective distribution of the contract's risks, which is fundamental for the financial balance of the market”.

### Step-in clause

Pedro Mattosinho warned: “The insurance market will have to prepare, following the formatting of the project and the progress of the work”, anticipating possible losses during the project execution. Mattosinho reiterated that the level of responsibility and obligations and the insurers is high, as they will have to verify the entire the project development on the spot. And if, eventually, the client leaves the work or the service provision, the company will hold the burden.

In this context, the main novelty is the step-in clause, in which the insurer itself takes responsibility for the work completion in case of default by the contractor. The insurance company is exempt from the obligation to pay the insured amount provided for in the policy.

The Fator Surety director considered unacceptable a five years policy present problem in the fourth year, when the business is at risk. This will be a great challenge, above all, for insurance brokers who, with the new law, will assume a role “more constructive than transactional”.

Stephanie Zalzman agreed with Mattosinho. According to her, brokers need to be much more committed to the operational risks. Although the new law requires a more complex business analysis, the professional must bring this opportunity to the broker, to work in large enterprises and expand their activities.

Eduardo Viegas, in its turn, exhibited the client's view. He identified some positive aspects of the new law. The first of them refers to the nature of bidding on engineering projects. The trading system and the differentiated contracting regime will cease to exist, although they will remain in force for another two years after the Bidding Law comes into force. The Concremat's vice president has always defended the end of the auction and its policy of the lowest price.

Another positive point is the competitive modality, very ordinary in Europe. “It will be used for tenders that involve technological or technical innovation”, points out Viegas. In addition to the technological issue, this modality, according to Bill no. 4523/2020, can be applied to contracts, whose “impossibility for the agency or entity to have its requirement satisfied without solutions’ accommodation available on the market” and also in the “impossibility technical specifications are defined with sufficient precision by the Administration”.

# Novo horizonte de muitas possibilidades

## Many possibilities' new horizon

*Empresas de tecnologia irão atuar em ambiente inovador, oferecendo leque variado de produtos*  
*Technology companies will operate in an innovative environment, offering a wide range of products*

*Por/by: Carlos Alberto Pacheco*

Desde o final de 2020, a Superintendência de Seguros Privados (Susep) iniciou o processo de autorização das 11 empresas que irão operar no ambiente regulatório experimental, o Sandbox Regulatório, entre empreendedores e startups. Até agora, oito delas já conseguiram o aval da autarquia por meio de portarias.

Duas delas já conseguiram o aval da autarquia por meio de portarias – uma em dezembro (Pier Seguradora S/A) e outra em janeiro último (Stone Seguros S/A).

Os projetos aprovados no Sandbox precisam ser necessariamente inovadores, focados em tecnologia e que apresentem redução de custos ao consumidor. O capital requerido no início da operação será de R\$ 1 milhão. As empresas poderão atuar, por até três anos, com menor custo regulatório e mais flexibilidade.

O leque de produtos oferecidos é bem diversificado – vai desde tablets e smartphones,

proteção a pets, a residências e estabelecimentos comerciais, até seguros intermitentes, utilizados sob demanda, bem como seguros paramétricos para desastres. Segundo depoimento recente do diretor técnico da Susep, Rafael Scherre, os resultados devem beneficiar “diretamente a vida dos consumidores, com produtos e serviços mais simples, de fácil uso e mais intensivos em tecnologia”.

Uma das selecionadas na lista da autarquia é a 88i, plataforma de contratação de seguros com adoção de blockchain. O seu fundador, Rodrigo Ventura, afirma que a nova seguradora, apoiada em ecossistemas digitais, irá atuar no âmbito da mobilidade, ao oferecer produtos a empresas de transporte por aplicativo e de delivery, e também com as



**Ventura: nova seguradora irá oferecer produtos a empresas de transporte por aplicativo e de delivery**

**Ventura: new insurance company will offer products to application and delivery companies**

Since the end of 2020, the Superintendency of Private Insurance (Susep) has started the authorization process for the 11 companies that will operate in the experimental regulatory environment, the Regulatory Sandbox, between them entrepreneurs and startups. So far, eight of them have obtained the agency approval through ordinances acts.

Two of them have already obtained the agency's approval through ordinances - one in December (Pier Seguradora S / A) and another in January (Stone Seguros S / A).

The projects approved in the Sandbox must necessarily be innovative, focused on technology and that present cost savings to the consumer. The capital required at the beginning of the operation will be R\$ 1 million. Companies will be able to operate, for up to three years, with lower regulatory cost and more flexibility.

The range of products offered is very diverse - ranging from tablets and smartphones, protection for pets, homes and commercial establishments, to intermittent insurance, used on demand, as well as parametric insurance for disasters. According to a recent testimony by Susep's technical director, Rafael Scherre, the results should benefit "directly the lives of consumers, with simpler, easier to use and more technology-intensive products and services".

One of those selected in the autarchy list is 88i, an insurance contracting platform with blockchain adoption. Its founder, Rodrigo Ventura, affirms that the new insurance company, supported by digital ecosystems, will act in the scope of mobility, offering products to transport compa-

fintechs e bancos digitais. “Agora poderemos criar seguros de forma mais eficiente e totalmente focados no que os consumidores precisam”, ressalta Ventura.

Às empresas de delivery e entregas, haverá cobertura de perda de renda dos entregadores parceiros, em casos de doença, por exemplo, e também aos danos e roubos a aparelhos celulares usados pelos trabalhadores. “A quem circula pelas ruas será oferecido um seguro barato. Sabemos que é preciso proteção a motos, carros e celulares, ou seja, as ferramentas de trabalho destes profissionais”, complementa. Em relação aos bancos digitais e fintechs, Ventura revela a utilização de uma “infraestrutura robusta” que permita a estas instituições oferecer diversos tipos de proteção a seus clientes.

### Leque de coberturas

Única insurtech selecionada de Uberlândia (MG), a Split Risk iniciará sua operação com uma plataforma digital em que o próprio cliente fará a seleção do serviço, de acordo com suas necessidades. A insurtech atuará na oferta de seguro auto, oferecendo um leque de coberturas escolhidas pelo aplicativo, entre as quais roubo e furto, colisão, assistência 24 horas e incêndio. “O nosso público-alvo é composto por pessoas que possuem carros com mais de cinco anos de uso, estimados entre R\$ 30 e 50 mil, e sem qualquer proteção. Setenta por cento da frota brasileira circula sem seguro”, ressalta um dos fundadores da Slipt, Rudh Menezello, diretor comercial e de marketing. Inicialmente, a operação estará restrita à Uberlândia. Segundo Menezello, o objetivo maior da plataforma é democratizar o acesso ao seguro para uma significativa parcela da população que, hoje, não se encaixa no perfil de cliente das seguradoras tradicionais. “O sandbox propicia essa flexibilidade na operação. Temos muita tecnologia embarcada, como, por exemplo, a inteligência artificial que propicia um cálculo do risco preciso”, afirma o diretor. Menezello revela, ainda, que a Split não considera o perfil do condutor na hora da contratação. Os três pilares a serem avaliados são o modelo do automóvel, o CEP do cliente e sua atividade profissional. “Queremos entregar valor no serviço e não preço”, conclui.

nies by application and delivery, and also with fintechs and digital banks. “Now we will be able to create insurance more efficiently and fully focused on what consumers need”, says Ventura.

Delivery companies will have coverage for loss of income from delivery partners, in cases of illness, for example, and also for damage and theft to cell phones used by workers. “Those who float in the streets will be offered cheap insurance. We know that it is necessary to protect motorcycles, cars and cell phones, that is, the working tools of these professionals”, he adds. Regarding digital banks and fintechs, Ventura reveals the use of a “robust infrastructure” that allows these institutions to offer different types of protection to their customers.

### Coverage range

The only insurtech selected from Uberlândia (MG), Split Risk will start operations with a digital platform in which the customer will make the service selection, according to their needs. Insurtech will offer auto insurance, offering a range of coverages chosen by the application, including theft and, collision, 24-hour assistance and fire. “Our target audience is made up of people who own cars with more than five years of use, estimated between R\$30 and 50 thousand, and without any protection. Seventy

per center of the Brazilian fleet circulates without insurance”, emphasizes one of the founders of Slipt, Rudh Menezello, commercial and marketing director. Initially, the operation will be restricted to Uberlândia.

According to Menezello, the platform's main objective is to democratize access to insurance for a significant portion of the population that, today, does not fit the client profile of traditional insurers. “The Sandbox provides this flexibility in the operation. We have a lot of embedded technology, such as, for example, artificial intelligence that provides an accurate risk calculation”, says the director. Menezello also reveals that Split does not consider the driver's profile when hiring. The three pillars to be evaluated are the car model, the customer's zip code and professional activity. “We want to deliver value in the service and not price”, he concludes.



**Menezello: público-alvo é composto por pessoas que possuem carros com mais de 5 anos de uso**

**Menezello: target audience consists of people who own cars with more than 5 years of use**

# Negócios nas mãos da segunda geração

## Business in second generation hands

Por/by: Carlos Alberto Pacheco

Há uma pesquisa do Sebrae bastante significativa quando o assunto é sucessão empresarial. No Brasil, cerca de 90% das organizações são familiares. Mas, nesse espectro, apenas 30 alcançam a segunda geração. Os corretores de seguros já manifestaram mais de uma vez a preocupação sobre esse tema. O Clube dos Corretores de Seguros de São Paulo (CCS-SP), então, realizou



uma live, batizada de “Sucessão Empresarial”, transmitida pelo canal da entidade no Youtube (foto).

Duplas de pai e filho foram os protagonistas – Jayme e Bruno Garfinkel (Porto Seguro) e Boris e Fernando Ber (Asteca Corretora), dois exemplos bem-sucedidos de sucessão empresarial. Eles contaram suas experiências e apresentaram dicas importantes para quem deseja entender o processo sucessório. A apresentação e mediação ficaram a cargo do mentor do CCS-SP, Evaldir Barboza de Paula, e da diretora Ivone Elise Gonoretske.

Jayme iniciou a live, lembrando que logo começou a refletir sobre o tema, pois o pai morreu cedo. “Esse foi um assunto que eu vivi e sempre pensei na perenidade da empresa. Mas também pensei sobre o futuro dos meus filhos”, disse. Boris, por sua vez, afirmou ter começado a despertar para o assunto ao perceber que os colegas corretores não conversavam sobre sucessão e “nem sequer pensavam a respeito”.

Ao ser indagado sobre em que ponto do processo de sucessão a Porto Seguro está, Jayme afirmou ter se afastado da empresa e passa todas as questões que chegam até ele para o Bruno. “Vejo apenas os relatórios”, emendou. Boris Ber ainda faz o processo na Asteca. “Identifiquei uma área dentro da corretora em que o Fernando pudesse se desenvolver e, por isso, ele foi estudar riscos financeiros”, revelou. “Ele participava das reuniões da diretoria apenas como ouvinte e, hoje, já tem voz ativa”, complementou. Na visão de Bruno, o desafio do processo sucessório é

There is a very significant survey by Sebrae when it comes to business succession. In Brazil, about 90% of organizations are family members. But on that spectrum, only 30 reach the second generation. Insurance brokers have already expressed their concern on this issue more than once. The São Paulo Insurance Brokers Club (CCS-SP),

then, held a live, called “Business Succession”, broadcasted on the entity's YouTube channel (photo).

Father and son pairs were the protagonists - Jayme and Bruno Garfinkel (Porto Seguro) and Boris and Fernando Ber (Asteca Corretora), two successful examples of business succession. They shared their experiences and presented important tips for those who want to understand the succession process. The presentation and mediation were in charge of the CCS-SP Mentor, Evaldir Barboza de Paula, and the director Ivone Elise Gonoretske.

Jayme started the live, remembering that his soon initiated to reflect on the theme, because his father died early. “This was a subject that I experienced and I always thought about the company's longevity. But I also thought about my children's future”, he said. Boris, for his part, said he started to wake up to the subject when he realized that his fellow brokers did not talk about succession and “did not even think about it”.

When asked about where in the succession process Porto Seguro is, Jayme said he left the Company and passed all the questions that come to him to Bruno. “I see only the reports”, he amended. Boris Ber still does the process in Asteca. “I identified an area within the brokerage firm where Fernando could develop and, therefore, he went to study financial risks”, he revealed. “He attended board meetings only as a listener and, today, he has an active voice”, he added.

In Bruno's view, the challenge of the succession process is

tirar “o chapéu de filho e herdeiro”, dizendo se sentir incomodado quando pessoas tentam minimizar as suas conquistas. “Nunca tive uma via facilitada pela família”, ressalta. E acrescenta: “Os nossos acertos não são mais que obrigação e quando erramos cai uma pecha de ‘coitado do Jayme, olha que incompetente o filho dele’. Há vantagens? Claro! Eu tive oportunidade de estudar coisas que muitas pessoas não tiveram”.

Por seu turno, Fernando disse que existe uma grande pressão neste processo. “Empresas bem-sucedidas com uma história sólida, em um dado momento, a responsabilidade de levar adiante os negócios em outro patamar e mantê-las vivas recaem sobre nós”, admite. Fernando adverte: não adianta ter um sucessor – seja filho ou não – que não conheça o funcionamento da empresa. “É preciso entender as dificuldades, como funcionam as engrenagens e o dia a dia do negócio”.

Como conselho aos filhos em processo de sucessão, Jayme recorda que quando o pai era vivo, na empresa ele o tratava como senhor Garfinkel. “O que ele mandava eu obedecia, muitas vezes, chateado. No meu caso com o Bruno, ele reclamava muito para a mãe, mas sempre cumpriu com as tarefas”. Jayme conclui: “Ele respeitou a hierarquia”.

### “Negócio não pode morrer”

A sucessão empresarial também foi um dos temas de uma live anterior promovida pelo Clube – “Distribuição de Seguros – Parcerias e Cooperação”. O debate virtual marcou a estreia da série “Prata da Casa”, reunindo três associados do CCS-SP que atuam em assessorias - Jorge Teixeira Barbosa (Valor-Ação), Nilson Barreto (NBA) e Roberto Benedito de Oliveira (Active), sob a mediação do mentor Evaldir.

Na ocasião, Evaldir narrou sua experiência bem-sucedida em termos de sucessão. Já Oliveira informou que as assessorias costumam alertar os corretores da necessidade de preparar a próxima geração. “O importante é não deixar o negócio morrer”, conclamou. Para o mentor, além de estimular os filhos, vale a pena aproveitar os programas oferecidos pelas seguradoras, que oferecem treinamentos e dinâmicas de grupo.

Para Barreto, às vezes, os corretores que não atingem as metas enfrentam restrições. Barbosa disse que esta é uma discussão antiga. “As assessorias atendem aos pequenos corretores, porque se fossem grandes trabalhariam direto com as seguradoras e com outras condições comerciais. Por isso, não adianta exigir do pequeno o que ele não pode cumprir”, disse.

Nesse aspecto, Oliveira chegou a discordar em relação à definição do porte dos corretores. “Às vezes é difícil mensurar, porque um corretor médio para a assessoria pode ser pequeno para a seguradora. Mas, de forma geral, as seguradoras agem de forma diplomática”, disse. Em seguida, o mentor expôs a opinião da internauta Regina: “Por que preferir o corretor pequeno se no futuro ele pode ser grande?”. Evaldir concordou: “A evolução do pequeno é de todo o mercado”.

to take off “the hat of a son and heir”, saying that he feels uncomfortable when people try to minimize his achievements. “I never had a facilitated way by the family”, he points out. And he adds: “Our successes are nothing but an obligation and when we make mistakes, it is said ‘poor Jayme failed’, look how incompetent his son is. Are there any advantages? Certainly! I had the opportunity to study things that many people did not have”.

For his part, Fernando said that there is a lot of pressure in this process. “Successful companies with a solid history, at a given moment, the responsibility for taking business to another level and keeping them alive reflect on us”, he admits. Fernando warns: there is no point in having a successor - whether son or not - who does not know how the company works. “It is necessary to understand the difficulties, how the gears work and the day by day business”.

As advice to his sons in succession, Jayme reminds that when his father was alive, he treated him as Mr. Garfinkel at the company. “I complied what he said, many times upset. In my case with Bruno, he protested a lot to his mother, but he always did the assignments”. Jayme concludes: “He respected the hierarchy”.

### “Business cannot die”

Business succession was also one of the themes of a previous live promoted by the Club - “Insurance Distribution - Partnerships and Cooperation”. The virtual debate featured the series “Prata da Casa” outset, congregating three CCS-SP associates who work in advisory services - Jorge Teixeira Barbosa (Valor-Ação), Nilson Barreto (NBA) and Roberto Benedito de Oliveira (Active), under Mentor Evaldir mediation.

On the occasion, Evaldir narrated his successful experience in terms of succession. Já Oliveira said that advisors usually alert brokers in need of preparing the next generation. “The important thing is not to let the business die”, he asserted. According to the Mentor, in addition to stimulating the sons, it is worth taking advantage of the programs offered by insurance companies, providing training and group dynamics.

According to Barreto, sometimes, brokers who do not reach the targets confront restrictions. Barbosa said that this is an ancient discussion. “Advisory services serve small brokers, because if they were large, they would work directly with insurance companies and other commercial conditions. For this reason, there is no point in demanding from the small what he cannot fulfill”, he said.

In this regard, Oliveira came to disagree on the brokers’ size definition. “Sometimes it is difficult to measure, because an average broker for advice can be small for the insurance company. But, in general, the insurers act diplomatically”, he said. Then, the Mentor expounded the Internet user Regina opinion: “Why pass over the small broker if in the future he can be big?”. Evaldir agreed: “The small developments are for the entire market”.

# Nova era de avanços e conquistas

## New era of advances and achievements



**Helder: mercado de seguros é um dos que mais saiu fortalecido da crise**

**Helder: insurance market is one of those that came out stronger from the crisis**

Os conceitos de tecnologia e inovação são sinônimos. O presente acena para o futuro e ambos podem coexistir em uma mesma realidade. A MAG Seguros reafirmou a tese ao realizar um evento virtual, com a participação de cerca de duas mil pessoas. Ao comemorar 186 anos de atuação no Brasil, a companhia reuniu colaboradores, corretores e parceiros para discutir o futuro do mercado de seguros e os impactos da pandemia na terceira edição do tradicional “Potencialize”. Os corretores concorreram, ainda, a diversos prêmios.

Na abertura dos trabalhos, um bate-papo instigante entre o CEO da MAG, Helder Molina e David Roberts, pesquisador da Singularity University e considerado como um dos maiores especialistas em tecnologia disruptiva. Durante a conversa, Roberts comentou sobre os impactos que a pandemia teve no mercado de tecnologia e fez projeções para os próximos anos. “O futuro irá trazer uma experiência virtual muito melhor porque poderemos estar em diferentes lugares”, destacou o especialista. Segundo Roberts, a covid-19 acelerou o processo de digitalização. Helder reforçou: “O corretor tinha medo de que esse processo poderia tirá-los do mercado. Ao contrário, a digitalização irá facilitar o acesso”. O especialista lembra, por sua vez, que na área da saúde que o computador é uma ferramenta indispensável para ajudar o médico no diagnóstico e citou, como exemplo, a inteligência artificial. Segundo ele, o crescimento exponencial da tecnologia é irreversível.

The technology’s concepts and innovation are synonymous. The present beckons to the future and both can coexist in the same reality. MAG Seguros reaffirmed the thesis by holding a virtual event, with the participation of about two thousand people. Celebrating 186 years of operations in Brazil, the company brought together employees, brokers and partners to discuss the future of the insurance market and the pandemic impacts in the third edition of the traditional “Potencialize”.

Brokers also competed for several awards. At the opening, an instigating chat between the MAG CEO Helder Molina and David Roberts, a researcher at Singularity University and considered as one of the greatest experts in disruptive technology. During the conversation, Roberts commented on the impacts that the pandemic had on the technology market and made projections for the coming years. “The future will bring a much better virtual experience because we can be in different places,” said the expert. According to Roberts, covid-19 has accelerated the digitization process. Helder reinforced: “The broker was afraid that this process could take them out of the market. On the opposite side, digitization will facilitate access”. The specialist remind in your turn, that in the Health area, the computer is an indispensable tool to help the doctor in the diagnosis and mentioned, for instance, artificial intelligence. According to him, the technology’s exponential growth is irreversible.

Roberts argumentou que o desempenho da inteligência artificial será “duplicado a cada quatro meses”. A tecnologia aprimora o trabalho do profissional de vendas e este conquista mais tempo para construir confiança. “Haverá grandes inovações nos negócios nas próximas décadas”, acrescentou Helder. O especialista mencionou também o blockchain, que irá mudar a forma das transações financeiras. “Os carros autônomos vão propiciar novos tipos de negócios, bem como a computação quântica no que se refere aos tratamentos de saúde”, previu.

Como parte da programação, o produtor artístico e empresário Konrad Dantas (KondZilla) explicou como sua história foi diretamente impactada pelo seguro de vida. Com o sonho de ingressar na música, destacou como três diferentes seguros feitos pela sua mãe mudaram a sua trajetória e permitiram que ele investisse na carreira. Reiterou o impacto que uma educação financeira pode ter na sociedade.

Em seguida, Helder e Nilton Molina teceram considerações sobre o ano atípico de 2020. Presidente do Conselho de Administração da MAG Seguros, Nilton enalteceu o trabalho dos colaboradores e corretores da MAG. “No ano passado, cumprimos todas as metas que havíamos traçado em 2019. É preciso acreditar ainda mais na relevância do que temos em mãos, pois todos os seres humanos precisam contar com recursos e vendemos um artigo de primeiríssima qualidade. O próximo passo vai além de apenas vender, precisamos oferecer valor”, emendou.

Por fim, Helder apresentou um balanço sobre os impactos da pandemia na sociedade e fez projeções para os próximos anos. “O mercado de seguros é um dos que mais saiu fortalecido da crise. Na MAG Seguros, só foi possível acompanhar esse crescimento porque sempre teve em seu DNA um propósito claro e uma busca constante pela inovação”, afirmou. O dirigente lembrou ainda que a companhia sempre se manteve atualizada com as melhores práticas tecnológicas e soluções, possibilitando a migração rápida e eficaz dos serviços para o meio digital. “Para 2021 essa busca por inovação seguirá sendo ampliada, incluindo a consolidação do MAG Leads, o lançamento da Simple2u, empresa de seguros *on demand*, que marca a entrada do grupo em ramos elementares, e o MAG Blue, que entregará benefícios exclusivos ao público premium”, revelou Helder. Em sua análise, não houve seguradora no mercado que tenha conseguido passar pela pandemia com as vitórias obtidas pela MAG. “E tenho certeza que isso crescerá cada vez mais”, finalizou.

Roberts argued that artificial intelligence performance will “double every four months”. Technology improves the work of the sales professional gaining more time to raise trust. “There will be major business innovations in the coming decades,” added Helder. The expert also mentioned the blockchain, which will change the shape of financial transactions. “Autonomous cars will provide new types of business, as well as quantum computing when it comes to health treatments,” he predicted.

As part of the program, artistic producer and entrepreneur Konrad Dantas (KondZilla) explained how his story was directly impacted by life insurance. With the dream of entering music, he highlighted how three different insurances done by his mother changed his trajectory and allowed him to invest in his career. He reiterated the impact that financial education can have on society. Then, Helder and Nilton Molina commented on the atypical 2020 year. MAG Seguros’ Chairman of the Board of Directors, Nilton praised the work of MAG employees and brokers. “Last year, we met all the goals that we had set in 2019. We need to believe even more in the relevance of what we have at hand, as all human beings need to have resources and we sell a very high quality article. The next step goes beyond just selling, we need to offer value”, he amended.

Finally, Helder presented a balance sheet on the impacts of the pandemic on society and made projections for the coming years. “The insurance market is one of those that came out stronger from the crisis. At MAG Seguros, it was only possible to follow this growth because it always had a clear purpose in its DNA and a constant search for innovation,” he said. The director also recalled that the company has always kept up to date with the best technological practices and solutions, enabling the quick and effective migration of services to the digital environment.

“For 2021, this search for innovation will continue to be expanded, including the consolidation of MAG Leads, the launch of Simple2u, an insurance company on demand, which marks the group’s entry into P&C (non-life), and MAG Blue, which will deliver exclusive benefits to the public premium”, revealed Helder. In his analysis, there was no insurance company in the market that managed to go through the pandemic with the victories obtained by MAG. “And I am sure that this will grow more and more”, he concluded.



**Nilton: próximo passo vai além de apenas vender e sim oferecer valor**

**Nilton: next step goes beyond just selling and offering value**

# Saudade de um ícone do mercado de seguros

## Missing an insurance market icon

*Há dois anos, Osmar Bertacini partiu deixando uma grande legião de admiradores*

*Two years ago, Osmar Bertacini pass away leaving a large legion of admirers*

O setor de seguros de pessoas vem crescendo paulatinamente graças a homens que trabalharam com afinco para que a proteção à vida saísse do campo do desinteresse coletivo. Esse trabalho exaustivo no passado trouxe agora frutos no presente, potencializado pela pandemia do novo coronavírus.

Um dos responsáveis por este avanço é o ex-presidente da Associação Paulista dos Téc-

nicos de Seguro (APTS), Osmar Bertacini, que, lamentavelmente, partiu em janeiro de 2019. Na época, ele completaria 57 anos de vivência naquilo que mais gostava de fazer: proteger as pessoas.

Precisamente em 7 de junho de 1962, um jovem audacioso oriundo da pequena Palestina, a 70 quilômetros de São José do Rio Preto (SP), testava suas habilidades ao ingressar na consagrada Companhia Internacional de Seguros. Aliás, seu único registro na carteira profissional. Primeiro atuou como arquivista na seção de Vida em Grupo. Dedicado ao extremo, três anos depois foi transferido para a seção de Acidentes Pessoais para trabalhar como calculista. Início de uma vertiginosa ascensão até tornar-se um dos maiores nomes do setor – uma “lenda viva” para seus admiradores.

Na esfera profissional, deixou a sua marca por onde passou: na Internacional (subchefe, chefe, subgerente, gerente e superintendente de benefícios), sócio no Libra Clube (dividiu responsabilidade com o ex-presidente do Sincor-SP, João Leopoldo Bracco de Lima), até montar a sua empresa, a Humana Seguros, em 1991. Osmar colecionou amigos e admiradores. “Seus ensinamentos, sua alegria, sua força e vontade nos deixa um legado de fé e amor”, ressalta o companheiro de longa jornada, colega na Companhia Inter-



**Osmar Bertacini iniciou suas atividades na empresa como arquivista, em 7 de junho de 1962**

**Osmar Bertacini started his activities at the company as an archivist, on June, 7 1962**

(APTS), Osmar Bertacini, who unfortunately passed away in January 2019. At the time, he would complete 57 years of experience in what he liked most to do: protect people.

Precisely on June, 7 1962 an audacious young man from small Palestine town, 70 kilometers from São José do Rio Preto (SP), was testing his skills by joining the renowned Companhia Internacional de Seguros. In fact, his only record in your professional card. He worked first as an archivist in the Group Life Insurance section. With extreme dedication, three years later he was transferred to the Personal Accident section to work as an accountant. Beginning a vertiginous rise to become one of the biggest names in the sector - a “living legend” for his admirers.

In the professional sphere, leaving his mark wherever he went: at Internacional (deputy chief, chief, assistant manager, manager and superintendent of benefits), partner at Libra Clube (shared responsibility with the former president of Sincor-SP, João Leopoldo Bracco de Lima), until setting up his company, Humana Seguros, in 1991.

Osmar collected friends and admirers. “His teachings, his joy, his strength and will leave us a legacy of faith and love”, emphasizes the long-term companion, a colleague at Companhia Internacional de Seguros, the insurance broker Adevaldo Calegari. Another friend has an eternal

nacional de Seguros, o corretor Adevaldo Calegari. Outro amigo possui um eterno voto de gratidão. “A ajuda, a emoção, a amizade que recebi do grande Osmar estão marcadas para sempre em minha história”, afirma, emocionado o presidente do Sincor-SP, Alexandre Camillo.

### Vida associativa

“Para quem não me conhece, meu nome é Osmar Bertacini”. Com essa frase recheada de muito bom humor – porque essa era uma de suas características principais – a “lenda viva” fazia o seu pronunciamento nos eventos promovidos por entidades do segmento. Talvez ele tenha sido o personagem mais marcante em suas incursões na vida associativa e também acadêmica. A começar na então Funenseg (hoje Escola de Negócios e Seguros – ENS), lecionou por mais de três décadas, a partir de 1984, e muitos de seus alunos seguem uma brilhante carreira na atividade da área.

Três anos antes, porém, foi um dos fundadores do Clube Vida em Grupo São Paulo (CVG-SP), do qual exerceu a presidência em duas ocasiões – nos biênios 2009/2010 e 2011/2012. Em seus mandatos, contribuiu para a expansão do ramo de vida no País. “Quando iniciei no seguro de pessoas, Osmar Bertacini já era uma referência no setor. Sem dúvida alguma, eu o considero o grande papa do setor”, atesta o ex-presidente da entidade, Silas Kasahaya. De fato, Osmar fez muito pelas entidades: também foi um dos fundadores e o primeiro presidente da Associação das Empresas de Assessoria e Consultoria do Estado de São Paulo -SP (Aconseg-SP), ocupando por duas vezes a presidência da Associação Paulista dos Técnicos de Seguro (APTS) e participou das atividades do Clube dos Corretores de Seguros de São Paulo (CCS-SP), onde foi tesoureiro na gestão de Luis López Vázquez, e da Junta Fiscalizadora na gestão de Alexandre Camillo. Na Câmara dos Corretores de Seguros do Estado de São Paulo (Camaracor), foi diretor social por 12 anos, de 2007 à 2019. No Sincor-SP, Osmar deixou igualmente sua marca, ao assumir a segunda-secretaria, entre 2014 e 2018, na gestão de Alexandre Camillo, e ministrou palestras em várias regionais do sindicato. Para quem não o conheceu, ficam as histórias e o seu exemplo de vida. Há uma frase do filósofo chinês Confúcio que ilustra bem a trajetória de Osmar Bertacini: “Escolha uma profissão que ame e não terá que trabalhar um único dia em sua vida”.

vote of thanks. “The help, the emotion, the friendship that I received from the great Osmar are marked forever in my history”, says, moved the president of Sincor-SP, Alexandre Camillo.

### Associative life

“For those who don't know me, my name is Osmar Bertacini”. With this phrase filled with very good humor - because that was one of main characteristics - the “living legend” made its statement at events promoted by entities in the segment. Perhaps he was the most striking character in his forays into associative and also academic life. Beginning at the then Funenseg (today School of Business and Insurance - ENS), he taught for more than three decades, starting in 1984, and many of his students follow a brilliant career in the insurance market.

Three years earlier, however, he was one of the founders of Clube Vida em Grupo São Paulo (CVG-SP), on May 25, 1981, of which he held the presidency on two occasions - in the 2009/2010 and 2011/2012 bienniums. In his tenure, he contributed to the expansion of the life business in the country. “When I started in Personal Insurance activity, Osmar Bertacini was already a reference in the area. Without a doubt, I consider him the great pope of the sector”, testifies the former president of the entity, Silas Kasahaya. In fact, Osmar did a lot for the entities: he was also one of the founders and the first president of São Paulo State Advising and Consulting Firms Association (Aconseg-SP), held twice the presidency of the São Paulo Association of Insurance Technicians (APTS) and tirelessly participated in the activities of the São Paulo Insurance Brokers Club (CCS-SP), where he was treasurer in the management of Luis López Vázquez and Supervisory Board in Alexandre Camillo management. At the São Paulo State Chamber of Insurance Brokers (Camaracor SP) was Social director during 12 years, from 2007 to 2019. At Sincor-SP, Osmar also left his mark, when he

took over the second secretary, between 2014 and 2018, under the management of Alexandre Camillo, and gave lectures in several regional offices of the Union. For those who did not know him, the stories and his life example remain. There is a phrase by the Chinese philosopher Confucius that illustrates Osmar Bertacini's trajectory well: “Choose a profession you love and you won't have to work a single day in your life”.



**Em junho de 2017, o CCS-SP homenageou os 55 anos de carreira de Osmar, por iniciativa do então mentor Adevaldo Calegari e o secretário, na época, Evaldir Barboza de Paula**  
**In June 2017, CCS-SP paid tribute to Osmar's 55-year career, at the initiative of the then Mentor Adevaldo Calegari and the Secretary, at the time, Evaldir Barboza de Paula**

# Números atestam notável expansão

## Figures attest to notable expansion

A expectativa dos executivos e especialistas se confirmou. O mercado segurador registrou avanço no faturamento (prêmios emitidos) pelo sexto mês consecutivo. Em novembro último, o crescimento foi de 10% em relação a igual período de 2019, somando cerca de R\$ 10,5 bilhões. Esses dados animadores constam do Boletim IRB + Mercado, relatório divulgado no início deste ano pelo IRB+Inteligência, serviço de inteligência de dados da resseguradora. (IRB Brasil RE)

Entre janeiro a novembro de 2020, o crescimento acumulado atingiu 4,9%, o que significa R\$ 112,2 bilhões em prêmios emitidos em seguros. Responsável por 37% do faturamento total do mercado, o segmento de seguros de Vida exibiu variação positiva de 4,2% na comparação entre os acumulados de 2020 e 2019: alta de R\$ 1,6 bilhão. Só em novembro, o faturamento desse ramo chegou a R\$ 4 bilhões.

O índice que mede a proporção entre as despesas com sinistros ocorridos e a receita alocada em novembro passado teve aumento de 4,3 pontos percentuais na comparação com novembro de 2019. Porém, no acumulado do ano, segundo o mencionado Boletim o índice de sinistralidade apresentou melhora com o recuo de 1,6 ponto percentual.

“Novembro foi mais um mês excepcional para o mercado segurador. O faturamento cresceu 10%, ratificando a tendência de melhora macroeconômica do país”, avalia o CEO e presidente do Conselho de Administração do IRB Brasil RE, Antonio Cassio dos Santos. O referido Boletim, resume as operações de seguros e resseguros a partir dos dados públicos disponibilizados pela Susep no fim de dezembro, com foco nos seguros de danos, responsabilidades e pessoas. A terceira edição também lista os cinco maiores grupos seguradores por linha de negócios.



**Antonio Cassio: “novembro foi mais um mês excepcional para o mercado segurador”**

**Antonio Cassio: “November was another exceptional month to the insurance market”**

The experts and executives expectations were confirmed. The insurance market recorded an increase in revenues (premiums issued) for the sixth consecutive month. Last November, growth was 10% compared to the same period in 2019, adding up to around R\$ 10.5 billion. Such encouraging data are included in the IRB + Mercado Bulletin, a report released earlier this year by IRB + Inteligência, the reinsurer's data intelligence service. (IRB Brasil RE)

Between January and November 2020, accumulated growth reached 4.9%, which means R\$ 112.2 billion in premiums written in insurance. Responsible for 37% of the market total sales, the Life Insurance segment showed a positive variation of 4.2% in the comparison between the accumulated of 2020 and 2019: increase of R\$ 1.6 billion. Only in November, the turnover of this branch reached R\$ 4 billion.

The index that measures the proportion between the expenses with claims incurred and the revenue allocated last November increased by 4.3 percentage points in comparison with November 2019. However, in the accumulated result for the year, according to the aforementioned Bulletin, the claim ratio presented improves with the decrease of 1.6 percentage point.

“November was another exceptional month for the insurance market. Revenue grew 10%, confirming the trend of macroeconomic improvement in the country”, evaluates the CEO and Chairman of the Board of Directors of IRB Brasil RE, Antonio Cassio dos Santos. This Bulletin summarizes insurance and reinsurance operations based on public data made available by Susep at the end of December, with a focus on damage, liability and personal insurance. The third edition also lists the five largest insurance groups by business line.

## Análise por segmento

**1. Seguros de vida:** faturamento no mês de R\$ 4 bilhões. Responsável por 37% do faturamento do mercado segurador, o segmento teve variação de 4,2% na comparação do acumulado de 2020 em relação a 2019, com aumento de R\$ 1,6 bilhão de faturamento devido, principalmente, à evolução de Vida Individual seguido do Prestamista Coletivo. Os números não consideram as operações em DPVAT, Planos de Acumulação, Saúde e Capitalização.

**2. Seguros de automóveis:** faturamento no mês de R\$ 3 bilhões. Apesar dos crescimentos sucessivos nos três últimos meses da série, os seguros de automóveis fecharam o acumulado do ano com recuo de 3,1% no faturamento. Em compensação à retração do faturamento no período, as Despesas com Sinistros Ocorridos decresceram e conduziram o mercado para a melhor marca histórica de Índice de Sinistralidade de Automóveis: 53,8%.

**3. Seguros corporativos de danos e responsabilidades sem rurais, crédito e garantia:** faturamento no mês de R\$ 1,7 bilhão. O segmento registrou avanço de 7,8% em novembro em relação a novembro de 2019 e fechou o acumulado do ano com variação de 15,5%. Os ramos que mais contribuíram para essa evolução foram Riscos Nomeados e Operacionais e Riscos de Petróleo.

**4. Seguros individuais contra danos sem automóveis:** faturamento no mês de R\$ 956 milhões. No acumulado do ano, a receita neste segmento registrou expansão de apenas 1,3%, devido principalmente ao pífio desempenho de vendas nos meses de abril, maio e junho, como reflexo do isolamento social imposto pela pandemia. Cabe observar que, nos últimos três meses da série, as variações do faturamento alcançaram a casa dos dois dígitos. O ramo que mais beneficiou o desempenho desse segmento, que engloba seguros sobre patrimônio de indivíduos e pequena e média empresa, foi o de Fiança Locatícia com crescimento de 74,4% no acumulado do ano e em trajetória de ascensão iniciada em 2017.

**5. Seguros rurais:** faturamento no mês de R\$ 581 milhões. Em novembro de 2020, o segmento manteve o robusto crescimento dos meses anteriores com variação de 35,2% em relação a novembro de 2019. No acumulado do ano, o segmento assumiu a posição de protagonista e evoluiu 31,6%, com incremento de R\$ 1,6 bi de faturamento, sustentando e preservando a maior atividade econômica do país.

**6. Seguros de crédito e garantia:** faturamento no mês de R\$ 301 milhões. Em novembro, o segmento recuou 1,4% na comparação com igual mês de 2019, porém, devido ao bom desempenho nos dois meses anteriores (set e out), fechou o acumulado do ano com variação de 8,2%, justificado, principalmente, pelos desempenhos dos ramos Garantia Segurado – Setor Privado e Crédito Interno, nessa ordem.

## Segment analysis

**1. Life insurance:** monthly revenue of R\$ 4 billion. Responsible for 37% of the insurance market's revenue, the segment had a 4.2% variation in the comparison of the accumulated of 2020 compared to 2019, with an increase of R\$ 1.6 billion in revenue due mainly to the evolution of Individual Life followed by the Collective Loan payments. The figures do not take into account DPVAT, Accumulation, Health and Capitalization Bonds operations.

**2. Automobile insurance:** monthly revenue of R\$ 3 billion. Despite successive growth in the last three months of the series, vehicle insurance closed the year with a 3.1% drop in revenue. In compensation for the retraction in billing in the period, expenses with claims occurred decreased and led the market to the best historic mark in the Automobile Claims Index: 53.8%.

**3. Corporate damage and liability insurance without agri, credit and surety:** monthly revenue of R\$ 1.7 billion. The segment registered an increase of 7.8% in November in relation to November 2019 and closed the year with a variation of 15.5%. The branches that contributed most to this evolution were Named and Operational Risks and Oil Risks.

**4. Individual insurance against damage without automobiles:** revenue in the month of R\$ 956 million. Year-to-date, revenue in this segment expanded by only 1.3%, mainly due to the poor sales performance in April, May and June, reflecting the social isolation imposed by the pandemic. It should be noted that, in the last three months series, changes in sales reached double digits. The branch that most benefited the performance of this segment, which includes insurance on the assets of individuals and small and medium-sized companies, was the Lease Insurance with a 74.4% growth in the accumulated for the year and on an upward trajectory started in 2017.

**5. Agri insurance:** revenue in the month of R \$ 581 million. In November 2020, the segment maintained the robust growth of the previous months with a variation of 35.2% in relation to November 2019. In the accumulated result for the year, the segment assumed the position of protagonist and evolved 31.6%, with an increase of R\$ 1.6 billion in revenue, sustaining and preserving the country's largest economic activity.

**6. Credit insurance and surety:** revenue in the month of R\$ 301 million. In November, the segment decreased 1.4% in comparison with the same month of 2019, however, due to the good performance in the previous two months (sept and oct), it closed the accumulated of the year with variation of 8.2%, justified, mainly, for the performance of the Surety Insurance - Private Sector and Internal Credit branches, in that order.

## Presença feminina evolui no setor

### Female presence evolves in the sector

Por/by: Carlos Alberto Pacheco

O avanço paulatino das mulheres no mercado de trabalho e no mundo dos negócios é um fato indiscutível. Ao contrário de várias décadas atrás, elas ocupam um espaço privilegiado em praticamente todas as áreas ocupadas pelo homem. E não é pouca coisa: se desdobram como mães, donas de casa, esposas, chefes de família em alguns casos, profissionais liberais ou executivas. Oficializado pela Organização das Nações Unidas (ONU) em 1975, o Dia Internacional da Mulher é uma conquista que reafirma o reconhecimento dos direitos femininos ao longo da história. No setor de seguros, o esforço e a competência de líderes em suas respectivas companhias propiciam a redução da desigualdade em matéria de cargos e salários com os homens. As oportunidades no ambiente corporativo aumentam na mesma proporção ao valor da mulher, evidenciado

por seu aprimoramento intelectual e profissional. Os números comprovam essa nova realidade.

No 3º Estudo “Mulheres no Mercado de Seguros no Brasil”, coordenado pela Escola de Negócios e Seguros (ENS), há dados bastante animadores. Segundo o levantamento, a mão de obra feminina corresponde a 55% do total do mercado. As mulheres conquistaram 25,9% dos cargos executivos das seguradoras no Brasil. Em nível de gerência, elas são 46,5% e, na área de coordenação, maioria: 54,4%. Embora os homens mantenham liderança em seus cargos, a mulher aumenta sua representatividade nas empresas.

Na opinião da presidente da Associação das Mulheres do Mercado de Seguros (AMMS), Simone Vizani, o maior desafio é que sejam criadas as condições adequadas para haver igualdade de oportunidades no setor em suas carreiras. “Estamos confiantes. Lembro que, até 2012, havia uma mulher executiva para cada quatro homens. Esse quadro mudou pouco. Hoje, há uma profissional para cada três homens. No entanto, em postos de liderança, infelizmente estamos abaixo da média mundial”, ressaltou.



**Simone: há uma profissional para cada três homens no mercado atualmente**

**Simone: there is one woman for every three men on the market today**

The gradual advance of women in the job market and in the business world is an unquestionable fact. Unlike several decades ago, they occupy a privileged space in practically all areas occupied by man. And it is not few matter: they unfold themselves as mothers, housewives, wives, family heads in some cases, professionals or executives. Officialized by the United Nations (UN) in 1975, International Women's Day is an achievement that reaffirms the recognition of women's rights throughout history.

In the insurance sector, the leaders' effort and competence in their respective companies has led to a reduction in inequality in terms of positions and wages against men. Opportunities in the corporate environment increase in same proportion to the women's value, evidenced by his intellectual and professional improvement. The numbers testify this new reality.

In the 3rd Study “Women in the Insurance Market in Brazil”, coordinated by the School of Business and Insurance (ENS), there is very encouraging data. According to the survey, female labor corresponds to 55% of the total market. Women won 25.9% of the executive positions of insurance companies in Brazil. At the management level, they are 46.5% and, in the area of coordination, the majority: 54.4%. Although men maintain leadership in their work positions, women increase their companies' representation.

In the opinion of the president of the Association of Women in the Insurance Market (AMMS), Simone Vizani, the biggest challenge is that the right conditions are created for there to be equal opportunities in the sector in their careers. “We are confident. I remember that, until 2012, there was one executive woman for every four men. This picture has changed a little. Today, there is one woman for every three men. However, in leadership positions, unfortunately we are below the world average”, she stressed.



A THB é uma das maiores empresas globais especialista em gerenciamento de riscos, consultoria em benefícios e corretagem de seguros e resseguros

**Soluções que  
vão além do  
seguro.**

Programas de seguros  
customizados



Parcerias estratégicas ao  
redor do mundo



Presente nas principais  
capitais



# Polo de atração dos corretores paulistas

## Attraction pole for São Paulo brokers

Uma das entidades mais tradicionais do setor, a Câmara dos Corretores de Seguros do Estado de São Paulo (Camaracor-SP) completou recentemente 17 anos de existência. O corretor e advogado Pedro Barbato Filho é o presidente desde a sua criação, em 21 de janeiro de 2004. Também radiologista, o corretor apresenta um programa semanal de entrevistas desde 1991 (*veja texto nesta edição*).



Barbato e um grupo de 25 profissionais do setor fundaram a entidade, conforme ata da primeira reunião que aconteceu num hotel no centro da capital de São Paulo. “Na época, fui procurado por um amigo corretor para fundar uma instituição nos moldes de uma câmara que havia no Rio Grande do Sul”, recorda. A ideia surtiu efeito. Em seguida, Barbato e o colega Lacir Marcondes de Mello idealizaram o que seria a futura Camaracor-SP.

Após o ato de fundação e escolha da diretoria, começaram os debates em torno do estatuto. Segundo o presidente, a entidade objetiva representar e fortalecer os associados, buscando a melhoria e o desenvolvimento de suas atividades. Não demorou muito para a Câmara tornar-se um polo de atração de categoria. Um exemplo é a “Tribuna Livre”, evento tradicional realizado em 47 edições. Associados, corretores, personalidades do setor e convidados reuniam-se em São Paulo para assistir a apresentações de seguradoras e prestadoras de serviços que mostravam seus produtos e oportunidades de negócios.

“Nesse evento, informações do mercado e assunto de interesse da categoria atraíram sempre um número expressivo de participantes”, ressalta. Barbato, que sempre divulgou as reuniões em seu programa de rádio, destaca um detalhe importante: a Camaracor-SP foi pioneira na realização de eventos após o expediente comercial. “Outras entidades depois resolveram fazer o mesmo”, acrescenta. Além da Tribuna Livre, Barbato ressalta outros acontecimentos marcantes. Anualmente, a tradicional “Festa Junina”, regada a uma saborosa feijoada, é ponto de en-

One of the most traditional entities in the sector, the Chamber of Insurance Brokers of the State of São Paulo (Camaracor-SP) recently completed 17 years of existence. The broker and lawyer Pedro Barbato Filho has been the president since its creation, on January 21, 2004. Also a broadcaster, the broker has been presenting a weekly interview pro-

gram since 1991 (*see text in this edition*).

Barbato and a group of 25 professionals from the sector founded the entity, according to the first meeting record that took place in a hotel in the center of the São Paulo city. “That moment, I was approached by a broker friend to establish an institution as a Chamber that existed in Rio Grande do Sul”, he recalls. The idea had an effect. Then, Barbato and colleague Lacir Marcondes de Mello idealized what would be the future Camaracor-SP.

After the founding act and choosing the board, the debates on the rules began. According to the president, the entity aims to represent and strengthen members, seeking to improve and develop their activities. It did not take long for the Chamber to become a category attraction pole. An example is the “Tribuna Livre”, a traditional event held in 47 editions. Associates, brokers, industry figures and guests met in São Paulo to attend presentations by insurance companies and service providers that showed their products and business opportunities.

“In this event, information from the market and a subject of interest to the category always attracted a significant number of participants”, he points out. Barbato, who always released the meetings on his radio program, highlights an important detail: Camaracor-SP was a pioneer in holding events after the commercial office hour. “Later other entities decided to do the same”, he adds.

In addition to Tribuna Livre, Barbato highlights other notable events. Annually, the traditional “Festa Junina”, accompanied by a tasty feijoada, is a meeting point for

contro de associados, profissionais do setor, executivos e a imprensa especializada. Em dezembro, esse mesmo público também marca presença nas movimentadas confraternizações em restaurantes ou salões de festa. “Esses eventos sempre tiveram o respaldo de um grupo de patrocinadores. Já fazem parte do calendário oficial do setor”, enaltece.

Saiba quem foram os profissionais que formaram a primeira diretoria da Camaracor-SP:

**Presidente / President** – Pedro Barbato Filho

**Primeiro vice-presidente / First Vice President**– Adevaldo Calegari

**Segundo vice-presidente / Second Vice President** - Plínio G. Spina Jr.

**Diretor social / Social Director** - Cláudio Parra

**Primeiro tesoureiro / First Treasurer** - José Gilberto Reina Jr.

**Segundo tesoureiro / Second Treasurer** - Pedro José Santana

**Primeiro secretário / First Secretary** - Lacir Marcondes de Mello

**Segundo secretário / Second Secretary** -Paulo Kalassa

members, industry professionals, executives and the specialized press. In December, this same public is also present in restaurants or party rooms bustling celebrations. “These events have always been supported by a group of sponsors. They are already part of the sector’s Official Calendar”, he praises. Find out who were the professionals that formed the first board of Camaracor-SP:

### Três décadas de extraordinária jornada

Na história da radiodifusão paulista, exceto os grandes jornais matutinos, o fato de se manter um programa diário e ininterrupto há quase três décadas é uma proeza. *A Grande Jornada pelo Mundo dos Seguros*, transmitido pela Rádio Imprensa FM de São Paulo às segundas-feiras, das 7 às 8 horas, é um exemplo emblemático.

Tudo começou em 1989, quando o engenheiro de trânsito Roberto Salvador Scaringella apresentava *Scaringella Rádio Trânsito*. Ele convidou Barbato para uma entrevista sobre seguros devido ao seu conhecimento sobre o tema. A participação do corretor surtiu bom resultado. Vários ouvintes ligavam, querendo saber mais sobre seguro. Quando Scaringella saiu da rádio, Barbato tornou-se radialista e assumiu o programa, batizando de ‘A Grande Jornada’.

“Fui pioneiro ao lançar um programa específico do setor”, ressalta. Desde setembro de 1991, Pedro Barbato já entrevistou profissionais do mercado segurador, executivos e líderes de entidades em mais de 1,5 mil programas produzidos. Durante a pandemia da covid-19, Barbato faz as entrevistas de forma virtual. “Sou do grupo de risco e não quero me expor. Mas gosto mesmo é de ‘fazer’ ao vivo”, revela.



Barbato entrevistou o presidente do Sindseg-SP, Rivaldo Leite, em 21 de dezembro  
Barbato interviewed Sindseg’s-SP president Rivaldo Leite, on December 21

### Striking history in a time journey

Throughout 2021, the entity’s trajectory will be evidenced in the CNseg series: 70 years making history, produced by the CNseg Insurance Market Documentation and Memory Center (Cedom), composed of special topics on the most relevant actions and initiatives carried out over the period course. The series contents, to be published monthly on website ([cedom.cnseg.org.br](http://cedom.cnseg.org.br)), will allow readers to take a trip through time, learn about important national insurance sector’s chapters and check the entity’s role in proposing innovating ideas since your foundation.

The series will recall some of the industry’s flags, defended by the Confederation. Among them, the following stand out: the recognition of strategic importance for the sustained growth of the national economy, the effort to disseminate the insurance culture and the improvement of the relationship with consumers. Throughout these decades, the entity has been present at important moments in the history of Brazil, contributing to the country’s socio-economic development by strengthening the national insurance sector.

# Seguradoras em mundo cada vez mais digital

## Insurers in an increasingly digital world

Ana Carolina Mello\*

Não é novidade que a pandemia e a quarentena aumentaram, e muito, o volume do comércio eletrônico no Brasil. De acordo com o Movimento Compre & Confie, o crescimento do e-commerce brasileiro, nos oito primeiros meses de 2020, foi de 56,8% comparado ao mesmo período em 2019. O mercado de seguros não deveria ser diferente, mas, infelizmente, ainda encontra dificuldades para aproveitar a mudança de comportamento do consumidor, conquistar novos entrantes e melhorar a eficiência operacional. Parte da dificuldade está nos sistemas antigos das seguradoras, a dificuldade em substituí-los e o tempo e custo desta demanda. Afinal, navegar no mundo digital requer tecnologia de ponta, soluções rápidas e flexibilidade.

Uma opção cada vez mais frequente no mercado mundial são as seguradoras que combinam seus sistemas “legados” a outros sistemas e plataformas digitais. No Brasil não é diferente. E, nos últimos anos, surgiram por aqui empresas que ajudam a alavancar esse movimento e colocam as seguradoras no mundo digital. A inovação virá do mercado não só das insurtechs. As seguradoras têm muito conhecimento, capital humano e vontade de mudar.

Para atuar digitalmente, é preciso experimentar, testar, corrigir e adaptar. Por isso, começar cedo é um diferencial e as seguradoras que estão operando, mesmo em fase inicial, largaram na frente. Já estão aprendendo como seus clientes comparam, decidem e compram. Algumas, por exemplo, estão se aventurando com clausulados do tipo “Legal Design” ou “Visual Law” – uma forma de comunicação mais transparente e objetiva com segurados. Outras, já descobriram as vantagens de personificar a oferta de produtos. E todas, com certeza, já sabem que ser digital é muito mais do que vender online.

*Ana Carolina Mello é sócia-proprietária da startup Safe2Go. Formada e pós-graduada em Administração de Empresas pela West Texas A&M University e pela Universidade de São Paulo*



It isn't new that the pandemic and quarantine have increased the volume of electronic commerce in Brazil by a great deal. According to the Movimento Compre & Confie, the growth of Brazilian e-commerce in the first eight months of 2020 was 56.8% compared to the same period in 2019.

The insurance market shouldn't be different, but, unfortunately, still finds it difficult to take advantage of changing consumer behavior, attract over new incoming and improve operational efficiency. Part of the difficulty is in the old insurance systems, the difficulty in replacing them and the time and cost of this demand. After all, navigating the digital world requires cutting edge technology, quick solutions and flexibility.

An increasingly frequent option in the world market are insurance companies that combine their “legacy” systems with other digital systems and platforms. It is no different in Brazil. And, in recent years, companies have appeared here that help to leverage this movement and place insurance companies in the digital world. Innovation will come from the market not only from insurtechs. Insurers have a lot of knowledge, human capital and a willingness to change.

To act digitally, it is necessary to experiment, test, correct and adapt. Therefore, starting early is a differentiator and the insurers that are operating, even in the initial phase, started ahead. They are already learning how their customers compare, decide and buy. Some, for example, are venturing into “Legal Design” or “Visual Law” clauses - a more transparent and objective form of communication to the policyholders. Others have already discovered the advantages of personifying the product offering. And everyone, for sure, already knows that being digital is much more than selling online.

*Ana Carolina Mello is a partner-owner of the startup Safe2Go. Graduated and post-graduated in Business Administration from West Texas A&M University and University of São Paulo*

## Nova liderança na comunicação

## Communication new leadership

A executiva Simone Cesena é a nova diretora de marketing da SulAmérica Seguros, com a missão de fortalecer a comunicação digital e o CRM da companhia. Simone irá conectar a estratégia do novo posicionamento de saúde integral, ao colocar as saúdes física, emocional e financeira “de mãos dadas para uma vida plena”. Ela acumula mais de 17 anos de vivência na liderança de estratégias de marketing de grandes empresas. Formada em Administração de Empresas, cursou MBA em Marketing na ESPM e extensões na Fundação Getúlio Vargas e na Hyper Island.



Simone: fortalecer a comunicação digital e o CRM da SulAmérica  
Simone : strengthen SulAmérica's digital communication and CRM

Executive Simone Cesena is the new marketing director at SulAmérica Seguros, with the mission of strengthening the company's digital communication and CRM. Simone will connect the strategy of the new integral health positioning, by placing physical, emotional and financial health “hand in hand for a whole life”. She has accumulated more than 17 years of experience in leading marketing strategies for large companies. Graduated in Business Administration, studied MBA in Marketing at ESPM and extensions at Fundação Getúlio Vargas and Hyper Island.

## Ampliação para atender todo o setor

## Expansion to serve the entire sector

Cooperativa de crédito dos corretores de seguros, a Sicoob Credicor-SP reformou a sua sede, localizada em conjunto no mesmo andar do Sincor-SP (Rua Líbero Badaró, 293, 29º andar, centro de São Paulo), tornando suas instalações mais modernas e ampliadas, segundo os padrões exigidos pelo Sicoob – Sistema Cooperativo do Brasil. “Abrimos para todas as empresas do setor de seguros. Com isso temos condições de ampliar o número de cooperados”, informa Luiz Ioels, presidente da Sicoob Credicor-SP.



“Temos condições de ampliar o número de cooperados”  
“We are able to increase the cooperative members

Insurance brokers Credit Cooperative, Sicoob Credicor-SP remodeled headquarters, located on the same floor as Sincor-SP (Rua Líbero Badaró, 293, 29th floor, downtown São Paulo), with facilities modernized and expanded, according to the standards required by Sicoob - Cooperative System of Brazil. “We are open to all insurance industry companies. With this, we are able to increase the cooperative members”, says Luiz Ioels, president of Sicoob Credicor-SP.

## Troca de comando

O Conselho de Administração da SulAmérica divulgou decisão recente do executivo Gabriel Portella (*foto*) de não renovar seu mandato como diretor-presidente da companhia para o próximo ciclo. Ricardo Bottas, atual diretor vice-presidente de Controle e Relações com Investidores desde 2017, assumirá o comando da SulAmérica após o término do atual mandato. Portella foi convidado a participar do Conselho de Administração, compondo a chapa a ser submetida à assembleia-geral ordinária prevista para 29 de março. Bottas tem mais de 23 anos de experiência em companhias abertas.



## Command change

SulAmérica's Board of Directors released a recent decision by executive Gabriel Portella (*photo*) not to renew his term as company's CEO for the next cycle. Ricardo Bottas, current Control and Investor Relations vice-president since 2017, will take command of SulAmérica after the end of the current term. Portella was invited to participate in the Board of Directors, composing the team to be submitted to the Ordinary General Assembly scheduled for March 29. Bottas has more than 23 years of experience in publicly held companies.

## Otimismo no início do ano

Pesquisa realizada pela Fenacor aponta que o mercado de seguros está mais otimista neste início de 2021, mesmo diante das incertezas na economia e do agravamento da pandemia do coronavírus. Em janeiro, por exemplo, o Índice de Confiança e Expectativas do Setor de Seguros (ICSS) subiu pelo quarto mês consecutivo, atingindo a marca de 119,9%. "A expectativa média atual do setor é a de que, com o avanço da vacinação, a situação aos poucos vá se normalizando, com a melhoria dos números econômicos", comenta o consultor Francisco Galiza, responsável pela pesquisa.



## Optimism at the beginning of the year

Research carried out by Fenacor points out that the insurance market is more optimistic than the 2021 beginning, despite the economy's uncertainty and the coronavirus pandemic worsening. In January, for instance, the Insurance Sector's Confidence and Expectations Index (ICSS) rose for the fourth consecutive month, reaching to the 119.9% mark. "The sector's current average expectation is that, the vaccination progress,

the conjuncture will gradually go back to normal, through economic numbers improving", comments the consultant Francisco Galiza, responsible for the research.

## "Atuação excepcional e eficiente"

"Iniciamos 2021 cientes do estresse que passamos, trazendo o aprendizado de 2020 e vamos vislumbrar o novo período de maneira positiva", afirmou o presidente do Sincor-SP, Alexandre Camillo, na primeira edição de 2021 do *Direto & Reto com Camillo*, pelo canal da TV Sincor-SP no YouTube. Camillo ressaltou o trabalho do corretor de seguros no ano passado. "Atuação excepcional, eficiente, reforçando o papel de proteção, contribuindo com a estabilidade econômica do país, com a sociedade e com o sonho das pessoas", disse.



## Exceptional and efficient performance

"We started 2021 aware of the stress we went through, bringing the learning of 2020 and we will see the new period in a positive way", stated the president of Sincor-SP, Alexandre Camillo, in the first 2021 edition of *Direto & Reto com Camillo*, through the channel TV Sincor-SP on YouTube. Camillo highlighted the insurance broker work last year. "Exceptional, efficient performance, reinforcing the protective role, contributing to the country's economic stability, to society and to people's dreams", he said.

# Idoneidade, Conhecimento e Inovação

A **Risk Veritas** tem experiência e soluções para estruturação dos esforços de **gestão dos riscos** empresariais nos mais diversos segmentos.

Os processos não mais ocorrem sob uma lógica linear.

A **evolução é exponencial**; e reinventar-se para atender à demanda é a regra do jogo no **mercado global**.

Entregar **soluções personalizadas** requer conhecimento do negócio e do mercado no qual o cliente está inserido.



São mais de **35 anos de experiência** em programas de gerenciamento de riscos corporativos.

A **International Risk Veritas** possui um amplo portfólio de serviços e oferece soluções sob medida para o desenvolvimento e implantação de **ERM (Enterprise Risk Management)**.

- Gestão de Riscos na Cadeia de Suprimentos
- Gestão de Riscos em Portos e Aeroportos
- Gestão de Riscos Patrimoniais
- Gestão de Riscos de Responsabilidade Civil
- Gestão de Riscos Ambientais
- Programa de Melhoria de Riscos

- Gestão de Riscos da Natureza
- Plano de Emergência, Gestão de Crise, BCP
- Gestão de Riscos no Agronegócio
- Big Data e Analytics para Gestão de Risco

\*Consulte outros serviços



**Oportunidades de Cooperação** de forma integrada com Clientes, Corretores, Seguradoras, Resseguradores e Fundos de Investimentos para desenvolver soluções ajustadas às necessidades de cada negócio, em todos os segmentos, até grandes conglomerados no Brasil e no exterior.



International  
**Risk Veritas**

[www.riskveritas.com.br](http://www.riskveritas.com.br)

**ENTRE EM CONTATO**

[contato@riskveritas.com.br](mailto:contato@riskveritas.com.br)

+55 (11) 98968-4413



/iRiskVeritas



@risk\_veritas



/riskveritas

## Trabalho reconhecido

Após ocupar a liderança da Berkley Brasil Seguros por mais de uma década, o executivo José Marcelino Ridsen desligou-se da companhia para empreender projetos pessoais. Luciano Calheiros, CEO da Berkley, afirma que a contribuição de Marcelino foi fundamental para a consolidação da operação e a excelente reputação da seguradora no País. “Isso é fruto do trabalho e comprometimento de Marcelino e toda a diretoria. Desejo a ele muito sucesso e sei que continuaremos em contato, nos encontrando nos eventos do setor”, comentou Calheiros.



the entire board. I wish him much success and I know that we will continue to keep in touch, get together at the sector's events”, commented Calheiros.

## Recognized work

After occupying Berkley Brasil Seguros' leadership for over a decade, executive José Marcelino Ridsen left the company to undertake personal projects. Luciano Calheiros, Berkley's CEO, says that Marcelino's contribution was fundamental to the operational run consolidation and the excellent insurance company prestige in the country. “This is the Marcelino's work result and commitment and to

## Comando feminino

A Liberty Seguros anunciou a indicação de Patricia Chacon como sua nova presidente no Brasil, sujeita à aprovação regulatória. Carlos Magnarelli, atual presidente da companhia, passa, a partir de abril, a ocupar a nova presidência para o mercado Andes, que abrange Colômbia, Chile e Equador. Trabalhando na Liberty na última década, Patricia é atualmente Head de Digital e Customer Experience para a América Latina e Europa e diretora de Transformação para o Brasil. É graduada em Economia pela Vassar College, com mestrado em Administração pela Harvard Business School.



Brazil Remaking director. Graduated at Vassar College in Economics, has Administration Masters degree at Harvard Business School.

## Woman in charge

Liberty Seguros announced Patricia Chacon designation as a new president in Brazil, subject to regulatory approval.

Carlos Magnarelli, current company's president begins in April, to occupy the new presidency to the Andes market, covering Colombia, Chile e Ecuador.

Working at Liberty for past decade, Patricia is currently Digital and Customer Experience Head for Latin America and

## Novidade no seguro de pessoas

O C6 Bank lançou recentemente o seu seguro prestamista, modalidade contratada junto com um empréstimo para garantir o pagamento da dívida em caso de morte ou invalidez total do cliente. O lançamento marca a estreia do banco no mercado com produtos próprios, construídos com seguradoras e resseguradoras. O seguro poderá ser contratado por meio de App, a um valor mensal abaixo de R\$ 1, dependendo do perfil do segurado. “Essa solução também se diferencia pela transparência e pela simplicidade de contratação”, explica Fabio Basilone, head de Seguros do C6 Bank e CEO da Som.us.



differentiated by transparency and simplicity of hiring”, explains Fabio Basilone, Head of Insurance at C6 Bank and CEO of Som.us.

## Personal insurance innovation

C6 Bank recently launched its loan payments insurance, a modality contracted together with a loan to guarantee payment of the debt in case of death or total disability of the customer. The launch marks the bank's debut in the market with its own products, built with insurers and reinsurers. The insurance can be contracted through App, at a monthly amount below R\$ 1 depending on the profile of the insured. “This solution is also

# CORRETOR, A GENTE QUER **FAZER** **NEGÓCIOS** COM VOCÊ!



Garantias



Responsabilidades



Riscos Patrimoniais

## #VEMPRAFATOR

São Paulo  
(+55 11) 3709-3000 (PABX)

Rio de Janeiro  
(+55 21) 3861-2500

SAC: 0800-77-07229  
Ouvidoria Fator: 0800-77-32867  
Memorize: 0800-77-FATOR  
[www.fatorseguradora.com.br](http://www.fatorseguradora.com.br)



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

FATOR SEGURADORA S.A., CNPJ 33.061.862/0001-83, Cod. SUSEP 6122. SAC 0800-77-07229 e Ouvidoria 0800-77-32867. SUSEP- SUPERINTENDÊNCIA DE SEGUROS PRIVADOS, autarquia federal, responsável pela fiscalização e controle dos mercados de seguro, previdência complementar aberta, capitalização, resseguro e corretagem de seguro. Contato: 0800-201-8484.

fator seguradora



**No nosso aniversário temos  
meio século de motivos  
para comemorar o sucesso  
dos nossos clientes.**



A RGG powered by Herco une mentes e tecnologia para gerenciar riscos estratégicos, analisar riscos, controlar perdas, e implantar programas de engenharia de riscos. Tudo isso para gerar um resultado: segurança para o presente e o futuro do seu negócio.

**São 50 anos de eficiência, confiança, proximidade e solidez.  
Sempre ao lado de grandes empresas nos mais diversos  
setores. E esse é só o começo.**



Acesse o QR Code e descubra nossas soluções para proteger pessoas, bens e reputação.  
[rcgherco.com](http://rcgherco.com)