

Marco de securitização  
reduzirá custos de  
financiamento, diz  
Saschida, do Ministério  
da Economia C3



**ENTREGA IMEDIATA**  
**SEMANA DO CONSUMIDOR**  
**AERON GRAFITE COMPLETA**  
**R\$10.290,00**  
à vista  
GARANTIA >12 ANOS

**HermanMiller**

WHATSAPP (11) 3230 4067  
SP (11) 3062 3351  
RJ (21) 2513 2255  
LOJA ON-LINE  
NOVOAMBIENTE.COM

**NOVO AMBIENTE**

## Destaques

### Mudanças na Cielo

A Cielo anunciou que Mauro Américo de Carvalho Gomide foi aprovado como diretor de tecnologia e Walter Rinaldo, de produtos e negócios. Gomide atua há 18 anos na área de tecnologia, com experiência em consultorias para o mercado financeiro e indústria de captura de transações. Iniciou a trajetória na empresa em 2014 e, atualmente, é superintendente-executivo de TI. Já Rinaldo tem mais de 20 anos de experiência como executivo em empresas do mercado financeiro e da indústria de pagamentos. Entrou na Cielo em 2020, como superintendente executivo de produtos. Paulo Naliato, atual vice-presidente comercial de varejo e empreendedores, passará a responder também pela área de operações, que corresponde a logística, atendimento e retaguarda operacional. Ele assume experiência do cliente, antes liderada por Júlio Almeida Gomes, que deixa a companhia. (Mariana Ribeiro)

### Índice de Renda Fixa Valor

Base = 100 em 31/dez/99



### Educação financeira

Quem completar trilhas de aprendizado na plataforma de educação financeira Meu Bolso em Dia, da Febraban, pode trocar os pontos adquiridos por benefícios financeiros. Entre as recompensas estão assessoria financeira, vales para compra em lojas parceiras e desconto ou melhores taxas em renegociação de dívidas em bancos cadastrados. O processo de premiação é definido a partir do engajamento do cliente. Para avançar é preciso cumprir missões, que vão da leitura de artigos à participação em enquetes e cursos. O programa inclui conteúdos de planejamento financeiro, solução de dívidas, criação de poupança, investimentos e relação com o dinheiro. Todas as trilhas foram articuladas por educadores financeiros, com contribuições de especialistas e membros da comissão de cidadania financeira da Febraban. (Cindy Damasceno)

### Alta de juros na Inglaterra

O Banco da Inglaterra (BoE) deve elevar o juro básico em 0,25 ponto percentual na reunião de política monetária de amanhã, segundo o Bank of America (BoFA). Em relatório a clientes, o analista Robert Wood e sua equipe esperam que, além da alta desta semana, o banco sinalize outros quatro aumentos até o fim de 2022. "A invasão da Ucrânia pela Rússia e a consequente alta no preço das commodities torna o cenário de inflação muito pior para o BoE. E o banco já estava preocupado com a expectativa de inflação antes da guerra", diz o relatório, que destaca que o crescimento deve ser menor à medida que a renda real vai ser corroída, mas o BoE deve seguir o seu plano. (Eduardo Magossi)

**Inovação** Tecnologia, modernização nas regras e mudança de hábitos impõem transformação no setor

# Novas apólices de seguros cobrem de Pix a home office

Sérgio Tauhata  
De São Paulo

Que o mercado de seguros passa por uma das maiores transformações em mais de um século ninguém questiona. Mas o que, de fato, tem surgido para além de um discurso padronizado de digitalização e inovação? Do ponto de vista de produtos, as companhias se esforçam para acompanhar as mudanças de hábitos e consumo com novas coberturas que vão de seguro Pix até a proteção para o home office.

Nessa nova realidade, as fronteiras de atuação dos principais segmentos da indústria, como as camadas de subscrição de risco e intermediação, começam a ficar mais entrelaçadas. O lançamento de produtos deixa de ser uma iniciativa quase exclusiva das seguradoras e passa a ter uma atuação mais ativa das corretoras.

É o caso da It'Seg, uma plataforma de distribuição de seguros e administradora de benefícios empresariais. A corretora acaba de lançar um seguro de home office, voltado aos profissionais que passaram a trabalhar integral ou parcialmente em casa. O produto foi desenvolvido pela It'Seg e criado em parceria com a seguradora Kovr. O seguro de home office foi uma resposta a uma pesquisa na base de clientes corporativos da própria corretora, onde 82% das empresas planejam retornos aos escritórios de forma híbrida, além de 2% que vão manter todos os funcionários em casa.

"É um contingente muito grande de pessoas trabalhando em um novo regime", afirma a diretora comercial do grupo, Karina Andrade. "Esse novo momento requer adaptações nos produtos", complementa. A It'Seg viu a oportunidade de lançar um produto inédito, e preferiu tomar a frente no mercado em lugar de esperar uma seguradora lançar uma apólice semelhante.

Além de coberturas patrimoniais, como incêndio, raio, explosão e danos elétricos, o produto inclui equipamentos usados no home office e incorpora proteção para acidentes domésticos e assistências residenciais, como elétrica e encanador. "É preciso entender esse novo comportamento e as necessidades dos consumidores", diz Andrade.

A cobertura aos equipamentos e para acidentes vale mesmo fora

de casa, explica a diretora da It'Seg. "A proteção vale inclusive quando os equipamentos estão em trânsito, por exemplo, se o profissional está em atendimento fora ou em deslocamento."

O seguro home office traz ainda assistências como a psicológica e o auxílio babá, com envio de uma profissional certificada para quando os pais precisam se ausentar. Segundo Andrade, os benefícios foram criados com base na percepção prática do que as pessoas podem precisar nesse novo formato de trabalho.

Outra corretora digital que se antecipou às seguradoras foi a PDVBox. A plataforma de distribuição em massa de apólices e serviços securitários acaba de lançar um seguro Pix. Batizada de carteira digital, essa proteção, na verdade, abrange todos os tipos de transações bancárias não reconhecidas ou feitas sob coação, sejam elas Pix, TED, DOC ou TEF, além de roubo ou furto após o saque em caixas eletrônicos.

Segundo o CEO da PDVBox, Luís Henrique Forster, esse tipo de seguro tem sido oferecido apenas por grandes instituições e agora a novidade poderá ser adotada por fintechs bancos e carteira digital de todo o país. "Existem bancos que já possuem seguro para os cartões físicos, e nosso desafio foi transformar esses produtos e tornar acessível a todo o meio digital", diz.

Para a criação e o lançamento do produto, a PDVBox fechou uma parceria com a seguradora 88i, que faz parte do sandbox — ambiente de inovações — da Superintendência de Seguros Privados (Susep), o regulador do mercado. Na avaliação do CEO da 88i, Rodrigo Ventura, "apesar das facilidades que as transações digitais oferecem, existe um crescente aumento de crimes financeiros através da internet, o que traz insegurança ao consumidor que faz pagamentos por esse meio".

Instituições financeiras também lançaram o seguro Pix. Os bancos Bradesco, Itaú Unibanco, Mercantil e Santander, além do C6 e do Mercado Pago oferecem proteções do gênero. O Bradesco oferece planos a partir de R\$ 8,99 ao mês e limites que começam em R\$ 20 mil. No Itaú, a cobertura custa entre R\$ 2,90 e R\$ 7 mensais, com indenizações de R\$ 10 mil a R\$ 30 mil, definida no pacote contratado. O do Santander reúne três pacotes, de R\$ 9,99 a

R\$ 24,99. No mais completo, o reembolso para problemas com transações alcança R\$ 20 mil.

No caso do C6 e do Mercantil, os produtos foram criados em parceria com a seguradora Zurich. O produto do banco digital tem mensalidades de R\$ 1 até R\$ 20, dependendo do pacote de proteções e dos valores cobertos. Já o Mercantil cobra R\$ 5,99 por mês. O seguro cobre prejuízos decorrentes de fraudes no Pix ou em compras com cartões de crédito e débito, além de saques feitos sob ameaça ou sequestro. O produto do Mercado Pago é subsidiado pela BNP Paribas Cardif. A proteção tem dois planos com mensalidades de R\$ 3,15 e R\$ 4,50. As indenizações variam de R\$ 5 mil, no pacote básico, a R\$ 10 mil, no mais completo.

### Fronteiras de atuação dos principais segmentos da indústria começam a ficar mais entrelaçadas

Atenta ao surgimento de novos nichos, PDVBox também lançou um seguro "gamer". Conforme o CEO da plataforma, "são mais de 50 milhões de brasileiros que jogam e já existem muitos profissionais". A proteção, lançada em parceria com a seguradora Argo, cobre desktops, notebooks, monitores, videogames, fones, teclados, mouses e mouse pads. O novo seguro indeniza o usuário em caso de roubo ou furto qualificado, danos de causa externa ou causados pelo contato com água ou outros líquidos.

"Desenhamos o produto e desmembramos coberturas específicas de vários produtos de prateleiras das seguradoras até conseguir montar um seguro ajustado à comunidade gamer", conta o CEO da PDVBox.

Segundo Forster, o setor de seguros "é um transatlântico mudando de rota". O executivo afirma que "o que demorava cinco anos para acontecer, agora surge em dois meses e, se as seguradoras não entenderem que o processo está muito dinâmico, podem ficar para trás".

A plataforma PDVBox atua por meio de distribuição maciça de produtos de seguros em marketplaces, varejistas e empresas de serviços financeiros. "Estamos muito próximos dos clientes fi-



Andrade, da It'Seg: "É preciso entender esse novo comportamento"

mais e conseguimos entrar no cerne da questão, da necessidade do consumidor, para criar coisas novas e antecipar as demandas", resume, ao explicar como corretoras também podem ser ágeis para desenhar produtos mais adequados às transformações.

As mudanças na indústria, que incluem investimento em digitalização e a chegada do "open insurance", o ambiente de compartilhamento de informações e operações entre as companhias do setor, vão permitir "criar coisas novas para nichos que ainda podem nem existir", avalia Foster, que cita um caso no interior paulista. "Há uma cidade que cheia de mangueiras e que tinha muitos sinistros de frutas que caíam nos carros. Um corretor que foi atrás de uma seguradora que topasse desenvolver um produto contra a queda de frutas de árvores."

Para o executivo, o open finance, com o compartilhamento de dados dos clientes a partir do consentimento deles, abre possibilidades "gigantescas" de desenvolvimento de produtos.

Outra mudança de comportamento notada pelo setor motivou a seguradora Argo a rever o paradigma do seguro auto e, em vez de cobrir o veículo, vincular a proteção ao usuário. Nasceu assim o seguro CNH, que está atrelado à carteira de habilitação em lugar de colocar o automóvel como objeto da apólice.

Segundo a seguradora, o produto protege motoristas contra danos corporais e materiais causados por terceiros. "Como esse seguro está vinculado a uma pessoa e ampara danos a terceiros, não existe restrição de idade do veículo", explica a responsável por vendas corporativas do grupo, Mariana Miranda. "O produto é perfeito para quem aluga carro ou se possui automóvel com mais de 20 anos de uso, por exemplo, que geralmente não são aceitos pelas coberturas tradicionais do mercado."

De acordo com a executiva, o novo seguro tem potencial para atender mais de 10 milhões de

brasileiros. "Só no segmento de aluguel de veículos, cerca de 2 milhões de motoristas poderão ser beneficiados, já que não haverá mais necessidade de pagar o 'seguro contra terceiros'", avalia.

O seguro também possui serviços de assistências sob medida, como reparo/guincho, socorro mecânico 24h, chaveiro e meio de transporte alternativo (táxi ou aplicativo). O seguro CNH se junta aos novos formatos que atendem uma mudança de comportamento por parte de donos de veículos, como o seguro liga-desliga ou o auto com assinatura mensal.

Já o seguro "bike" se tornou uma realidade há, pelo menos, dois anos. Seguradoras como Porto Seguro, Argo e Essor oferecem proteções que abrangem desde roubo ou acidentes de bicicleta a cobertura para danos a terceiros. As apólices da Porto e da Essor cobrem também os modelos elétricos, que têm se tornado mais presentes no dia a dia de grandes cidades.

O próprio seguro de vida começa também a agregar novas funcionalidades. A Prudential, maior seguradora independente do ramo no país, lançou a plataforma Vitality, voltada ao bem-estar e à qualidade de vida. A vice-presidente de parcerias multicanais do grupo, Patrícia Freitas, explica que a Vitality, nascida na África do Sul, é uma plataforma e um programa de mudança de comportamento que estimula mais 20 milhões de usuários em 25 países a adotar um estilo de vida mais saudável.

"Assim como várias outras indústrias, o setor de seguros teve uma evolução em termos de tecnologia, digitalização e busca pela conscientização das pessoas", diz.

Por meio de um aplicativo, o beneficiário pode acompanhar sua evolução e resgatar recompensas, como vouchers para o iFood, Spotify, academias e outros. As metas são a mudança para hábitos saudáveis e cuidados com saúde e bem-estar. "A proposta do programa é tornar 100 milhões de pessoas 20% mais ativas até 2025", afirma Freitas.

# Porto inaugura oferta de 'combos' no setor

De São Paulo

A Porto Seguro vai inaugurar no Brasil o nicho seguros combinados, que no mercado recebem o apelido de "combos". O produto "Proteção Combinada" une os seguros auto e residência em uma única apólice. Trata-se da primeira iniciativa do gênero desde que a Superintendência de Seguros Privados (Susep) aprovou, em fevereiro do ano passado, uma resolução para permitir esse tipo de oferta.

"É o primeiro produto de que temos conhecimento que, de fato, integra na mesma apólice dois seguros diferentes, como o auto e o residencial", diz o CEO da vertical seguros da Porto, Marcelo Picanço.

De acordo com o executivo, o mercado tem alguns grupos de

seguros oferecidos em cobrança única, mas não "como se o seguro residencial fosse uma cláusula do auto, colocando proteção à residência, contra roubo e furto, danos elétricos, incêndio e assim por diante" numa só apólice.

Picanço diz acreditar que o novo formato vai impulsionar as proteções com menor demanda, como é o caso da residencial, porque facilita o processo. "Quando a venda ocorre separadamente, muitos clientes vão adiando a contratação de novas apólices. Porque ter de contratar seguros duas ou mais vezes acaba desmotivando as pessoas. Mas o auto tem uma cultura mais forte de usar e colocar o seguro residencial junto gera uma conveniência grande. É uma única contratação, um só processo, uma única cobrança."

A Porto Seguro tem em vista que as assistências embutidas no produto, como encanador, elétrica e outras, são atrativos adicionais. Picanço lembra que, com a pandemia, as pessoas têm ficado mais em casa, usam mais eletrônicos e outros equipamentos. "Não é só questão de indenizar, é questão de ter com quem contar", afirma, em alusão a esses serviços.

"Se você tem uma infiltração que seu banheiro, por exemplo, causa no vizinho debaixo a gente indeniza isso. Muitas vezes as pessoas não sabem. Falamos de danos no dia a dia, como quebras de vidro, acidentes domésticos, danos por vendavais ou efeitos climáticos mais fortes", diz o executivo sobre proteções que fazem parte do seguro residencial.

A estratégia da companhia é

oferecer o combo sem que o preço aumente muito em relação ao da apólice só com seguro auto, de forma que o novo produto alcance uma clientela mais ampla. "O tíquete do seguro residencial é, em média, um quarto do auto", diz. "E, por um valor pequeno, entre R\$ 30 a R\$ 40 por mês, é possível ter proteção completa do bem mais importante do patrimônio", diz.

Segundo Picanço, a tendência é que o novo produto gere um aumento de eficiência que, no fim das contas, pode até ajudar a melhorar os preços. "[Com o combo] a gente tem uma simplificação no processo do consumidor e uma melhor eficiência operacional, porque é melhor do que trabalhar com dois produtos separados, e poderemos repassar essa eficiência ao consumidor."

O lançamento do Proteção Combinada veio na esteira da resolução 621 da Susep, de fevereiro de 2021. A flexibilização regulatória permitiu a combinação de dois ou mais de seguros patrimoniais em uma mesma apólice. A liberação ainda está restrita aos ramos relacionados a danos, mas a perspectiva é de uma ampliação para abranger seguros de pessoas, como vida, num próximo passo.

A linha do Proteção Combinada não vai se restringir ao auto e residência. De acordo com Picanço, a Porto Seguro pretende expandir a integração de proteções e oferecer opções com seguros para, por exemplo, celulares e aparelhos eletrônicos, como notebooks. "É o primeiro de uma série de outros produtos que vamos combinar", afirma. (ST)