

Sincor ES

INFORMATIVO DIGITAL



Dia a dia

Ano II - Número 027 - Maio de 2025

Sincor-ES e CVG-ES, realizam a 7ª Jornada Capixaba do Seguro de Vida 2025



O maior encontro do setor no Espírito Santo reúne especialistas, corretores e lideranças em um evento que reforça o protagonismo do seguro de vida no Brasil.

7ª Jornada Capixaba do Seguro de Vida reúne



Auditório do Hotel Senac Ilha do Boi, onde aconteceu a 7ª Jornada Capixaba do Seguro de Vida

Com recorde de participantes, palestrantes e seguradoras patrocinadoras, a 7ª edição da Jornada Capixaba do Seguro de Vida foi realizada com grande sucesso no dia 15 de maio, no Hotel Senac Ilha do Boi, em Vitória. O evento é uma realização do Sincor-ES e do CVG-ES, com apoio das principais seguradoras do país.

Consolidada como um dos principais encontros do setor no Espírito Santo, a Jornada deste ano teve como tema central “O Propósito do Seguro de Vida”. A proposta foi mostrar que a venda deste produto vai além dos números, destacando seu real significado: proteger vidas, amparar famílias e garantir tranquilidade em momentos decisivos.

“A Jornada reafirma, para os profissionais do setor, a importância do seguro de proteção de renda na vida dos segurados”, destacou Antonio Santa Catarina, presidente do CVG-ES.

Com o auditório do Hotel Senac completamente lotado, os participantes acompanharam sete palestras de alto nível,

abordando temas que passaram por inteligência artificial aplicada ao corretor, técnicas de vendas, abordagem motivacional, venda consultiva, panorama do mercado e plano de desenvolvimento do setor de seguros.

“Para os corretores do Espírito Santo, a Jornada representa uma oportunidade única de aprimoramento profissional, troca de experiências e networking. Além do aprendizado, os presentes ampliaram suas redes de contato e fortaleceram parcerias estratégicas com colegas e representantes das seguradoras”, ressaltou José Romulo da Silva, presidente do Sincor-ES.

Programação intensa e networking de qualidade

Foram seis horas de programação intensa, com palestras, coffee breaks, visita aos estandes, sorteios de brindes e um café de encerramento especial. O ambiente favoreceu a troca de experiências e a criação de novas oportunidades de negócios, sempre com foco no fortalecimento da cultura do seguro no estado.

Ao final, os organizadores

agradeceram aos parceiros e reforçaram o compromisso com o desenvolvimento do mercado capixaba:

“A g r a d e c e m o s à s patrocinadoras e palestrantes. Eventos como este promovem união e sinergia, fortalecendo o mercado segurador do Espírito Santo. Nós, como instituições de apoio à nobre atividade seguradora, nos sentimos gratificados com o resultado e seguimos à disposição para a promoção de novas ações de interesse do setor”, concluiu José Romulo.

Parcerias e Apoio

A Jornada contou com o apoio e patrocínio exclusivo das seguradoras: Allianz Seguros, Arca Seguradora, Banestes Seguros, Capemisa Seguradora, HDI Seguros, Icatu Seguros, Mapfre Seguros, Novo Seguros, Porto Seguradora, Sancor Seguros, Seguros Unimed, SulAmérica Seguros e Tokio Marine Seguradora.

Essas parcerias foram essenciais para o alto nível do evento e reafirmam o compromisso das empresas com o crescimento sustentável e profissional do setor.

recorde de público e reforça propósito do setor

Uso da Inteligência Artificial e WathsApp nas vendas de Seguro de Vida

Na palestra de Oscar Buso, da Porto Seguro Seguradora, foram abordados temas sobre o uso da inteligência artificial (IA) e do WhatsApp nas vendas de seguros de vida.

A IA tem se mostrado uma grande aliada do corretor, otimizando processos, agilizando atendimentos e permitindo mais foco em estratégias personalizadas. O resultado é um atendimento mais eficiente e de maior qualidade para o cliente.

“Se você, corretor, ainda não usa IA na sua corretora, está ficando para trás. Essa tecnologia já faz parte da rotina de quem quer mais eficiência, qualidade e crescimento. Hoje, é possível automatizar cotações, agendamentos e até respostas para dúvidas frequentes dos segurados”, destacou Oscar.

IA no Presente: Aliada do Corretor

No mercado de seguros, adaptar-se rapidamente é essencial. A IA pode:

- Reduzir o tempo de resposta;
- Melhorar a gestão de leads;
- Identificar oportunidades de

venda com mais precisão;

- Sugerir produtos ideais por meio de análise preditiva.

Com dados em tempo real, o corretor toma decisões melhores e mais rápidas.

“A IA não substitui o corretor, ela potencializa sua atuação, tornando-o mais competitivo.”

Atendimento com IA: Ferramentas como chatbots e assistentes virtuais atendem 24h, respondendo dúvidas, fazendo cotações e processando solicitações simples — tudo sem interromper o trabalho do corretor. Isso melhora a experiência do cliente e aumenta a fidelização.

NotebookLM: Ferramenta Inteligente para Corretores

O NotebookLM é uma solução útil para corretores, permitindo:

- Criar apresentações com tópicos e dados relevantes;
- Fazer uploads de ideias, pesquisas e dados do segurado;
- Identificar tendências, gerar ideias e encontrar oportunidades.

Com poucos dados, o corretor pode transformar informações em estratégias mais inteligentes.

WhatsApp como Ferramenta de Vendas

Vender seguro de vida pelo WhatsApp virou uma estratégia indispensável para corretores que buscam agilidade e proximidade com o cliente.

Como utilizar o WhatsApp nas vendas:

- Vendas e atendimento: Apresente produtos, tire dúvidas e feche negócios rapidamente.
- Suporte direto: Canal prático para pedidos e informações
- Comunicação ativa: Envio de promoções, lembretes e novidades.
- WhatsApp Business: Perfil comercial, mensagens automáticas, listas de transmissão e catálogos.

Boas práticas:

- Use um perfil empresarial no WhatsApp Business;
- Responda com agilidade;
- Segmente seus contatos com listas de transmissão;
- Compartilhe catálogos com informações claras;
- Ofereça videochamadas quando necessário;
- Faça um bom pós-venda para fidelizar.



Qual é o seu propósito?

Lucas Fonseca inspira corretores a se tornarem agentes de transformação com uma nova mentalidade profissional



Na Jornada Capixaba do Seguro, o multiempresário, autor e mentor Lucas Fonseca provocou a plateia com uma pergunta essencial: “Qual é o seu propósito?” Em uma palestra marcante, Lucas foi além da reflexão motivacional e trouxe uma verdadeira convocação à mudança de mentalidade para os profissionais do setor.

Segundo ele, o corretor de seguros do novo mundo precisa muito mais do que técnica — é preciso desenvolver habilidades relacionais, inteligência emocional e, acima de tudo, clareza de missão e identidade. “Não é mais sobre ter uma profissão de sucesso. É sobre ser um profissional de sucesso”, afirmou.

Do propósito à execução Lucas destacou que a ponte entre o sonho e a realização está na execução. Para isso, defendeu a importância de acordos bem definidos, da busca constante por conhecimento e desenvolvimento pessoal e profissional. Em sua fala, ressaltou que o sucesso começa com um processo interno: “A sua programação mental determina o que você consegue fazer.”

Aceitar quedas e transformá-las em aprendizado também é parte da jornada. “Aceitar as quedas não é se conformar com elas, mas sim entender que em tudo há um propósito”, afirmou. A ideia central é que identidade e convicção caminham lado a

lado — e, quando bem alinhadas, tornam o corretor não apenas um vendedor, mas um verdadeiro agente de transformação.

Para onde você está mirando? Encerrando sua fala com uma provocação direta ao público, Lucas convidou os profissionais a refletirem: qual é o seu alvo para 2025? A resposta, segundo ele, precisa vir acompanhada de sabedoria, diligência emocional e foco. Afinal, como ele mesmo reforça, “o céu é o alvo”.

Para acompanhar mais conteúdos e reflexões de Lucas Fonseca, acesse www.lucasfonseca.com.br ou siga @lucasfonsecaoficial nas redes sociais.



Ofereça a melhor solução em Seguro de Vida para seus clientes.

ARCA
SEGURODORA

www.arcaseguradora.com.br

Juliana Queiroz, palestrou sobre a estratégia de vendas Cross Selling



A superintendente regional da SulAmérica, Juliana Queiróz, apresentou palestra sobre “As estratégias de cross-selling no Seguro de Vida”, destacando a importância de entender o cliente e de oferecer novas possibilidades de produtos para gerar uma conexão eficiente e duradoura.

Em um mercado cada vez mais competitivo, o corretor de seguros precisa ir além da simples venda pontual. A atuação como consultor multisserviços, oferecendo soluções completas, personalizadas e integradas, se consolida como uma das estratégias mais eficazes para ampliação de resultados, fidelização de clientes e diferenciação no setor.

Cross Sell: vender mais para quem já é cliente

A conquista de novos clientes é cada vez mais custosa. Por isso, o cross sell (venda cruzada) ganha força como solução inteligente: é até cinco vezes mais barato vender para um cliente atual do que atrair um novo. Ao identificar necessidades adicionais do segurado, o corretor amplia sua carteira com mais eficiência e fortalece a relação de confiança com o cliente.

O valor do corretor multisserviços

Corretores que trabalham com múltiplos produtos têm uma visão mais ampla das necessidades dos clientes. Isso permite não apenas ampliar a carteira, mas também entregar soluções completas — um diferencial competitivo importante. Com a diversificação da oferta, o cliente se sente mais seguro e tende a manter um relacionamento de longo prazo com a corretora.

Seguro de Vida como produto âncora

Muitos clientes que já possuem seguros básicos, como automóvel ou residencial, ainda não contam com Seguro de Vida — um produto que oferece ampla proteção, flexibilidade e assistência diferenciada. Além de ser uma oportunidade clara de venda cruzada, o Seguro de Vida também fortalece a imagem da corretora como parceira confiável e estratégica.

Entre os diferenciais mais valorizados no Seguro de Vida estão:

Flexibilidade: planos adaptáveis às diferentes fases da vida;

Coberturas amplas: incluindo

invalidez e doenças graves;

Assistência 24h: agregando valor com serviços complementares;

Credibilidade: empresas sólidas transmitem segurança e confiança.

Estratégias práticas para aplicar o cross sell

Para que o cross sell seja eficaz, é fundamental adotar estratégias consistentes, como:

Segmentação inteligente: analisar perfil e momento de vida do cliente;

Capacitação da equipe: treinar para escuta ativa e identificação de oportunidades;

Automação e tecnologia: utilizar CRMs e IA para ofertas personalizadas;

Timing ideal: abordar o cliente em momentos estratégicos, como renovação, aniversários ou mudanças familiares.

Resultados que inspiram

Corretores que adotaram o cross sell como parte de sua estratégia relataram crescimento de até 30% na receita, além de maior satisfação e fidelização de seus clientes. Ao apresentar os benefícios de forma clara e personalizada, o corretor transforma cada nova venda em um passo sólido para o crescimento sustentável do negócio.

Seguro de Vida: Transformação com Propósito

Mais que um produto, uma ponte entre proteção e empatia — para o cliente e para o corretor



O seguro de vida tem ganhado cada vez mais relevância no Brasil, impulsionado por mudanças sociais, o aumento da longevidade e uma crescente conscientização sobre saúde e bem-estar. Segundo a Susep, o mercado de seguros de vida cresceu 16,2%, com destaque para o seguro de vida individual, que superou o prestamista. A mensagem é clara: o cliente está mudando — e o corretor também precisa evoluir.

A pandemia de COVID-19 trouxe um novo olhar sobre riscos, futuro e proteção financeira. Hoje, o brasileiro vive mais (de 52,5 anos em 1960 para uma expectativa de 76,6 em 2024, segundo o IBGE) e se preocupa cada vez mais com as consequências de doenças graves ou períodos de internação. De acordo com a FenaPrevi, 58% das pessoas demonstram preocupação com doenças graves, e mais de 80% gostariam de contar com uma proteção financeira diante de um diagnóstico crítico.

Seguro de Vida: propósito em ação

Mais do que uma apólice, o seguro de vida é um gesto de empatia e responsabilidade. É a manifestação concreta de cuidado com o futuro de quem amamos — e também com o nosso próprio. Oferecer esse produto é entregar estabilidade, segurança

e planejamento.

Entre os principais motivos que levam os brasileiros a contratar seguro de vida estão:

Proteção financeira para a família;
Cobertura em caso de doenças graves;
Planejamento sucessório;
Garantia da educação dos filhos;
Suporte em situações de invalidez;
Tranquilidade diante das incertezas da vida.

Benefícios e desafios para o corretor

Vender seguro de vida é, sem dúvida, um processo consultivo mais sensível. Mas é também uma oportunidade valiosa para estabelecer vínculos duradouros, oferecer um produto de alto valor agregado e ampliar a carteira de forma sustentável.

Vantagens:

Receita recorrente e alta fidelização;
Produto ajustável ao perfil do cliente;
Fortalecimento do portfólio de serviços;
Reconhecimento como consultor de confiança.

Desafios:

Necessidade de capacitação constante;
Resistência emocional ao tema;

Percepção equivocada de custo;
Abordagem mais técnica e empática.

Onde estão as oportunidades?

Na carteira de pessoas físicas (PF): clientes com mudanças recentes de vida, como casamento, nascimento de filhos, promoção ou aquisição de bens, assim como empreendedores e clientes acima de 35 anos.

Na carteira de pessoas jurídicas (PJ): colaboradores de empresas com seguros empresariais sem cobertura para doenças graves ou com capital insuficiente; líderes e executivos; e empresas que desejam reforçar benefícios como estratégia de retenção de talentos. Com apenas 17% do mercado brasileiro explorado, o potencial de expansão é enorme. A educação financeira avança, o interesse cresce e cabe ao corretor assumir seu papel como agente de transformação.

Um convite à mudança

Oferecer seguro de vida é mais do que vender proteção. É entregar propósito. É ajudar o cliente a se planejar, se proteger e cuidar do que tem mais valor. E, nesse processo, o próprio corretor também se transforma — em um profissional mais completo, consciente e preparado para os novos tempos.

Famílias Atípicas e o valor do Planejamento Financeiro



Falar sobre morte e finitude não é fácil — e muitas vezes evitamos o assunto. Mas, como destaca a apresentação de Luiz Ricardo da Silva Araújo, essa realidade é inevitável, e, para muitas famílias, o planejamento financeiro não é apenas uma questão de organização: é um verdadeiro ato de cuidado.

O tema ganha ainda mais relevância quando falamos de famílias atípicas, aquelas que convivem com membros com deficiências, como o Transtorno do Espectro Autista (TEA). No mundo, segundo o CDC dos Estados Unidos, 1 em cada 36 crianças é diagnosticada com autismo. No Brasil, estudos recentes apontam que cerca de 6 milhões de pessoas estão dentro do espectro.

Entender para proteger

O autismo é classificado em três níveis de suporte. No nível 3, as pessoas apresentam dependência intensa para atividades diárias, déficits graves na comunicação e

sensibilidade sensorial acentuada. Isso exige das famílias um suporte contínuo — emocional, educacional, médico e, sobretudo, financeiro.

Diante desse cenário, surge uma reflexão importante: as famílias atípicas conhecem e entendem o valor real do seguro de proteção familiar? Mais do que uma indenização, o seguro representa tranquilidade, continuidade e respeito pela história de vida que essas famílias constroem todos os dias.

Uma abordagem que acolhe

Para os corretores de seguros, o desafio está na forma de abordar esse tema tão delicado. A venda de seguros para famílias atípicas não deve ser feita com pressa nem baseada apenas em números. É preciso escuta ativa, empatia e compreensão profunda da realidade do cliente.

A estratégia recomendada é seguir quatro etapas:

Fazer perguntas de situação – Compreender o dia a dia e os desafios da família;

Investigar os problemas – Identificar necessidades ocultas;

Explorar as implicações – Ajudar o cliente a perceber o impacto futuro da ausência de planejamento;

Apresentar soluções reais – Mostrar como o seguro pode oferecer estabilidade e proteção efetiva.

Um compromisso com o cuidado

Famílias atípicas, mais do que ninguém, precisam saber que não estão sozinhas. O seguro de vida, quando bem planejado e comunicado, torna-se um amparo permanente para quem depende do nosso cuidado e amor.

Levar essa consciência para dentro de cada lar é, mais do que uma missão profissional, um compromisso humano. Afinal, proteger vidas é mais do que uma venda — é um propósito.

Seguro de Vida: Desafios, Tendências e Oportunidades

Com baixa penetração e alta demanda potencial, o seguro de vida se firma como um dos segmentos mais estratégicos para o crescimento do setor no Brasil.



Apesar da crescente conscientização sobre a importância da proteção financeira, menos de 20% da população brasileira possui um seguro de vida — um número que revela não só os desafios enfrentados pelo setor, mas principalmente um enorme potencial de crescimento. Para efeito de comparação, nos Estados Unidos, mais de 50% dos adultos já contam com esse tipo de proteção. Entre os jovens norte-americanos de 18 a 26 anos, 40% possuem seguro de vida, demonstrando um movimento que ainda engatinha no Brasil.

De acordo com dados apresentados por Alexandre Vicente, diretor do Grupo HDI, o principal obstáculo é a renda da população, concentrada majoritariamente nas classes C- e D, que representam 128 milhões de brasileiros. No entanto, mesmo entre as classes A, B e C+, ainda há 36,7 milhões de pessoas sem seguro — um número comparável à população da Polônia ou do estado da Califórnia.

Entendendo o comportamento do consumidor

As motivações para contratar seguro de vida estão mudando. Em 2023, ele passou a ser visto como um instrumento de estabilidade financeira, com apelo crescente entre jovens e mulheres. Segundo pesquisa da FenaPrevi/Datafolha

(2024), as preocupações variam conforme gênero e idade:

Mulheres valorizam coberturas para doenças graves e saúde mental;

Homens demonstram maior preocupação em sustentar dependentes;

Jovens sem filhos buscam segurança para seu planejamento financeiro.

As coberturas preferidas seguem um padrão tradicional (morte, invalidez e doenças graves), mas os diferenciais valorizados estão nas assistências: check-ups médicos, descontos em farmácias, cestas básicas, cartões alimentação e bem-estar (como nutricionista ou personal trainer) têm peso crescente na decisão de compra.

Três movimentos do mercado

As seguradoras vêm reagindo a essas mudanças com três grandes movimentos:

Foco em públicos específicos, com soluções adaptadas às suas realidades;

Simplificação dos produtos, facilitando a contratação e o entendimento do seguro;

Valorização do uso em vida, ampliando coberturas e assistências que impactam o cotidiano.

Esse último ponto é fundamental, especialmente diante do envelhecimento da população brasileira — cuja expectativa de

vida saltou de 52,5 anos (1960) para 75,5 anos (2022), e segue em crescimento.

Oportunidade para o corretor. Em um país onde mais de 80% da população ainda não tem seguro de vida, todo cliente — seja de auto, residencial, saúde ou empresarial — é um potencial interessado.

O seguro de vida representa:

- Oportunidade de cross-sell e diversificação da carteira;
- Fidelização com base em valor consultivo;
- Aumento da rentabilidade com receita recorrente.

Além disso, a adoção de tecnologias, produtos customizáveis e canais digitais aproxima o seguro de um público que já está familiarizado com proteção patrimonial, mas ainda precisa compreender o real valor da proteção pessoal.

Conclusão

O mercado de seguro de vida no Brasil enfrenta barreiras culturais, emocionais e econômicas — mas todas são superáveis com informação, empatia e estratégia. Para o corretor, a missão é clara: transformar resistência em compreensão, e apatia em proteção. O cenário é desafiador, mas repleto de oportunidades para quem souber se posicionar como consultor de confiança em um momento de transformação.

PDMS 2030: O plano que impulsiona o Futuro do Mercado de Seguros



Durante a Jornada Capixaba do Seguro, foi apresentado o Plano de Desenvolvimento do Mercado de Seguros (PDMS) — uma iniciativa articulada que visa fortalecer e expandir o setor até que ele represente 10% do PIB brasileiro em 2030. A meta ambiciosa é sustentada por 65 iniciativas distribuídas em 4 grandes eixos de atuação, que vão desde a modernização regulatória até o incentivo à educação financeira e à inovação nos canais de distribuição.

Um mercado em transformação. Entre 2001 e 2021, o mercado de seguros cresceu significativamente tanto em arrecadação quanto em volume de indenizações. A expectativa é que esse crescimento se acelere ainda mais. Projeções econômicas estimam que o setor chegue a 8,1% do PIB até 2030, mas o PDMS trabalha para ultrapassar essa marca, mirando 10,1% de participação.

O mesmo vale para o volume de indenizações, cuja previsão é atingir 6,5% do PIB, consolidando o setor como pilar de proteção e estabilidade financeira para milhões de brasileiros.

Avanços já implantados. Em apenas dois anos, o PDMS já colocou em prática 10 importantes iniciativas, entre elas:

- Campanha Saúde sem Fraude, liderada pela FenaSaúde;
- Flexibilização do regime tributário da previdência privada (Lei nº 14.803/2024);
- Uso de títulos de capitalização como garantia pública (Lei nº 14.770/2023);
- Modernização da desaccumulação em previdência (Circulares SUSEP nº 698 e nº 699/2024);
- Adesão automática a planos previdenciários (Resoluções CNSP nº 463 e 464/2024);
- Regulamentação de cooperativas no setor (Lei Complementar nº 213/2025).

Essas ações refletem a força de um ecossistema colaborativo entre entidades reguladoras, seguradoras, instituições financeiras e corretores.

Oportunidade para o corretor: ser protagonista da transformação. O PDMS não é apenas um plano institucional — ele também abre caminhos para a atuação estratégica dos corretores. Com o

fortalecimento do mercado, surgem oportunidades diretas para que esses profissionais ampliem seu papel e atuem como agentes de educação, consultoria e inovação.

Entre as contribuições possíveis do corretor no contexto do PDMS, destacam-se:

- Educar o consumidor, desmistificando o seguro;
- Inovar na distribuição, com foco em canais digitais e jornadas simplificadas;
- Colaborar com o desenvolvimento de produtos personalizados;
- Participar ativamente do debate regulatório, trazendo a visão da ponta do mercado.

Os 7 P's do PDMS: pilares do crescimento:

O plano é sustentado por sete fundamentos estratégico:

- **Produtos;** - **Previdência;** - **Pessoas;**
- **Prevenção;** - **Planejamento;**
- **Processos;** e - **Protagonismo**

Esses pilares reforçam a ideia de que o crescimento sustentável do setor só será possível com comprometimento coletivo e visão de longo prazo.



CAMPANHA empresarial em ação

DE 1/5 A 31/8 DE 2025. GARANTA COMISSÕES ADICIONAIS COM A VENDA DO EMPRESARIAL.

ACESSE O PORTAL DO CORRETOR E SAIBA MAIS!



Agradecimento Especial aos palestrantes e as seguradoras apoiadoras do evento

O Sincor-ES e o CVG-ES, fizeram entrega de troféus aos palestrantes do evento. Em nome da organização da 7ª Jornada Capixaba do Seguro de Vida, expressamos nosso mais sincero agradecimento pelo apoio e patrocínio oferecido pelas seguradoras para a realização deste importante evento.

A presença e a colaboração de vocês foram essenciais para o êxito da jornada, que mais uma vez cumpriu seu papel de promover conhecimento, integração e valorização do mercado de seguros no Espírito Santo.

Seguimos à disposição para futuras parcerias e ações que fortaleçam ainda mais nossa atividade. Nosso muito obrigado pela confiança e por caminhar conosco nesta jornada.





**RECEBA O SEU SEGURO DPVAT
COM RAPIDEZ E SEGURANÇA!**

**TELEFONE DE CONTATO E WHATSAPP
(27) 99753-7982 - Ivo
e-mail: ivotadeu@gmail.com**



Café da tarde e sorteio de brindes ao final

Agradecemos a todas as seguradoras que participaram do evento e contribuíram com brindes para os sorteios realizados ao final.

A variedade dos brindes foi tão grande que todos os presentes saíram com uma lembrança especial!

O entusiasmo permaneceu até o encerramento, com todos aguardando ansiosamente pelos sorteios. Um dos momentos mais esperados foi o sorteio da bicicleta elétrica, oferecida pela Arca Seguradora, que animou o público. E a outra surpresa da noite ficou por conta da Novo Seguros, que anunciou, ao final, o sorteio de R\$ 500 pagos na hora via Pix.

Encerramos o evento com a casa cheia e a certeza de que todos saíram satisfeitos!



Banestes Seguros reforça compromisso com trânsito seguro no 'Maio Amarelo'

Campanha utiliza o slogan da seguradora: "Vem para a Banestes Seguros e vai tranquilo"



Em sintonia com o movimento nacional "Maio Amarelo", a Banestes Seguros intensifica suas ações de conscientização para um trânsito mais seguro no Espírito Santo. A campanha utiliza o slogan da seguradora, "Vem para a Banestes Seguros e vai tranquilo", para engajar a sociedade na reflexão sobre o papel individual na construção de um ambiente viário mais seguro e humano.

A seguradora inicia, nesta segunda-feira (05), a veiculação de comerciais na televisão e spots em rádios, além de promover uma forte presença nas redes sociais e em painéis de LED espalhados pela Grande Vitória. Como símbolo visual desse compromisso, a fachada do prédio da seguradora já exibe um laço amarelo e uma iluminação especial na cor da campanha, reforçando a mensagem durante todo o mês.

A escolha da cor amarela, que

remete à atenção nos semáforos e placas de advertência, é estratégica. O objetivo é disseminar mensagens claras sobre a necessidade de respeitar as leis de trânsito, manter a atenção ao volante e, acima de tudo, valorizar a vida.

"Muitos acidentes poderiam ser evitados com atitudes mais responsáveis e empáticas de motoristas, ciclistas e pedestres. Fizemos uma camisa especialmente para os colaboradores utilizarem durante dias específicos, como forma

de lembrar da importância do 'Maio Amarelo', enfatizou o diretor-presidente da Banestes Seguros, Carlos Roberto Rafael.

A urgência da campanha se revela nos dados alarmantes sobre a violência no trânsito. O Brasil ocupa a quarta posição no ranking mundial de mortes por acidentes, tendo a desatenção como um dos principais fatores. No Espírito Santo, o ano de 2024 registrou um alto índice de fatalidades, com 643 vidas perdidas em sinistros entre janeiro e agosto, conforme dados do Observatório da Segurança Pública do Estado.

Para o diretor-presidente da Banestes Seguros, a participação ativa no "Maio Amarelo" reflete o compromisso da empresa com a comunidade capixaba. "Entendemos que a segurança no trânsito é uma responsabilidade coletiva. Nossa missão vai além da proteção financeira; atuamos na

Texto: Jardel Torezani

prevenção, alertando a população sobre os perigos e a importância de atitudes responsáveis", afirmou.

A Banestes Seguros aposta na informação como agente de transformação. A campanha ressalta que cada ação no trânsito tem um impacto significativo, e a imprudência pode ter consequências trágicas.

"Acreditamos que, por meio da informação, da conscientização e do engajamento de todos, podemos construir um trânsito mais seguro, reduzindo perdas e promovendo o respeito à vida. Preservá-la é um dever de todos e o 'Maio Amarelo' nos recorda constantemente dessa responsabilidade", completou Carlos Rafael.



Aplicativo Banestes Segurado: No Espírito Santo ou em qualquer lugar do mundo, junto com você.

- Informações da Apólice;
- Boleto e informações de pagamento;
- Acompanhamento do processo de sinistro;
- Notificações e alertas;
- Telefones úteis.

Baixe gratuitamente ou acesse:



www.banestesseguros.com.br/segurado

Ouvidoria Geral: 0800 727 0030



CAPEMISA Seguradora celebra corretores com evento inesquecível na Bahia



A Capemisa Seguradora realizou mais uma edição da campanha Sou + Você, iniciativa que reconhece e premia o desempenho dos corretores de seguros parceiros de todo o Brasil. Os vencedores da campanha foram contemplados com uma experiência exclusiva: três dias de celebração em um resort paradisíaco na Bahia, com uma programação especial voltada à valorização desses profissionais que fazem a diferença no mercado de seguros.

Durante o evento, os corretores

puderam desfrutar de momentos de lazer, confraternização e integração, reforçando o compromisso da Capemisa com a proximidade e o relacionamento humano — marcas registradas da companhia.

Um dos momentos mais emocionantes da programação foi a homenagem especial ao Diretor Regional da Capemisa, Nelson Moraes, referência no setor e grande incentivador da campanha Sou + Você. A homenagem, entregue diante de corretores, líderes da empresa e convidados, reconheceu

a dedicação e o legado de Nelson na construção de parcerias sólidas e na expansão da presença da Capemisa na região.

A campanha Sou + Você reafirma o propósito da Capemisa de estar sempre ao lado de quem transforma vidas por meio da proteção e da confiança. Ao valorizar seus corretores, a seguradora fortalece não apenas os laços profissionais, mas também a essência humana que guia sua atuação.



Agilidade no processo de pagamento de indenização

Na CAPEMISA Seguradora, o momento do sinistro é tratado como uma jornada de cuidado, não apenas como um processo técnico. Com esse olhar, a companhia implantou o Projeto Sinistro Consultivo, iniciativa que vem transformando a forma de regular e pagar indenizações, aliando empatia, clareza e presença ativa ao longo de toda a jornada do cliente.

O projeto consolida práticas como atendimento orientativo desde o primeiro contato, uso de linguagem acessível e escuta ativa, além de uma atuação próxima e sensível por parte da

equipe. A proposta é garantir não só a agilidade do pagamento, mas também o acolhimento emocional e o entendimento de cada etapa por parte dos beneficiários.

“Mais do que pagar rapidamente, queremos que o cliente se sinta compreendido, assistido e respeitado. O Sinistro Consultivo é uma mudança cultural, em que assumimos o papel de guiar o beneficiário com empatia e responsabilidade. O resultado é uma experiência mais leve e humana, mesmo em momentos difíceis”, afirma Fernanda Tavares, gerente de Regulação de Sinistros da

CAPEMISA Seguradora.

Essa transformação já se reflete em resultados expressivos: 82,9% das indenizações são pagas em até dois dias, e 98% em até quatro dias — desempenho muito superior ao prazo de 30 dias definido pela Susep. Em 2024, a CAPEMISA pagou R\$ 140 milhões em sinistros, atendendo 7,7 mil ocorrências. Nos últimos quatro anos, foram mais de R\$ 800 milhões pagos em cerca de 42 mil sinistros, comprovando a eficiência e o compromisso da seguradora com a proteção e respeito aos Clientes e beneficiários.

Conheça o CAPEMISA VIVA.
Segurança personalizada escolhida por você.

CAPEMISA VIVA
Seu seguro pro que a Vida tem de melhor.

Seja mais em:
vivo.capemisa.com.br/corretores

O CAPEMISA VIVA é o Seguro de Vida individual para quem quer mais tranquilidade e liberdade de escolha.

Independência na contratação dos cobertores

Experiência simplificada e digital

Suporte e atendimento 24h

Atendimento humanizado em todos os momentos

CAPEMISA Seguradora de Vida e Previdência S.A. - CNPJ 08.040.114/0001-02 e registro no SUPER nº 047611. O registro de produtos e seguradora é uma representação não vinculada por parte da Sincor. O Segurado poderá consultar as Condições Contratuais desse produto, bem como a situação financeira da Capemisa e da Sincor no site www.sincor-es.com.br.

Presidente do Sincor-ES recebe executivos da Bradesco Seguros



O presidente do Sincor-ES, José Romulo da Silva, recebeu no dia 6 de maio a visita dos executivos da Bradesco Seguros: Leonardo A. de Aguiar, novo superintendente da companhia no Espírito Santo, e Marlon Cunha, gerente da Sucursal Vitória.

Durante o encontro, os

representantes puderam conhecer de perto as atividades desenvolvidas pelo Sindicato, além de visitarem a sede da entidade. Na ocasião, o presidente deu as boas-vindas ao novo superintendente e desejou sucesso em sua trajetória à frente da operação capixaba da seguradora.

MAPFRE lança campanha

Durante o mês de maio, a MAPFRE, referência global em seguros e serviços financeiros, está promovendo uma campanha voltada à saúde da mulher, por meio do programa MAPFRE Cuidando de Você. A iniciativa oferece consultas ginecológicas presenciais por R\$ 39,00, incentivando o cuidado preventivo e ampliando o acesso a serviços médicos essenciais. Os agendamentos podem ser realizados até 31 de maio, com consultas disponíveis até 30 de junho, pelo site ou app TEM Saúde Digital. Após selecionar a consulta presencial e a especialidade "Ginecologia", a confirmação será enviada em até três dias úteis por e-mail, WhatsApp ou telefone.

A MAPFRE construiu um ecossistema completo de atenção à saúde feminina, com consultas por vídeo 24h com enfermeiras especializadas, conteúdo informativo em formatos variados (e-books, vídeos e podcasts), e até proteção contra violência doméstica e assistência educacional. Para Carolina de Molla Lorenzatto, diretora comercial de Vida e Previdência da MAPFRE, a atuação da seguradora é estratégica e sensível às demandas do público feminino: "Queremos estar ao lado das mulheres em todas as fases da vida, oferecendo produtos adaptáveis às suas realidades, com coberturas pensadas para oferecer tranquilidade e acolhimento", afirma.

Comece sua semana com refeições deliciosas e saudáveis!

Peça já suas marmitas e tenha praticidade e sabor todos os dias.

(27) 99727-1997

Garanta refeições equilibradas e prontas para qualquer momento com 10% OFF na sua primeira compra! Peça acima de 10 marmitas congeladas e tenha sempre uma opção saudável à mão.

Mais tempo para você
Alimentação nutritiva sem esforço
Sabor e qualidade garantidos

Use o cupom e transforme sua rotina com mais leveza! ☑

@nutri2go.vv



Presidente do Sincor-ES recebe visita do Regional da CAPEMISA Seguradora

No último dia 21 de maio, o Presidente do SINCOR-ES recebeu, na sede da entidade, a visita do Gerente Comercial RJ/ES - CAPEMISA Seguradora, Nelson Morais. O encontro teve como objetivo reafirmar a parceria institucional entre a seguradora e o sindicato, fortalecendo os laços em prol do desenvolvimento do mercado de seguros no Espírito Santo.

Durante a visita, Nelson Morais também fez questão de parabenizar a diretoria do SINCOR-ES pela realização da 7ª Jornada Capixaba do Seguro de Vida, promovida em conjunto com o CVG-ES no dia 15 de maio. O evento foi considerado um sucesso absoluto, tanto pela relevância dos temas discutidos quanto pelo expressivo número de participantes presentes.

A Capemisa Seguradora tem sido uma parceira constante em iniciativas que visam valorizar o corretor de seguros e promover a educação continuada no setor, pilares que também fazem parte da missão do SINCOR-ES. A visita reforça o compromisso mútuo com o fortalecimento do mercado de seguros de vida e com a qualificação contínua dos profissionais capixabas.



Banestes Seguros marca presença na inauguração da nova sede da Batalha Corretora

Na última quinta-feira (08), a Banestes Seguros teve o prazer de prestigiar a inauguração da nova sede da Batalha Consórcio e Seguros, em São Mateus — um momento marcante que simboliza crescimento, conquistas e confiança no futuro.

Estiveram presentes o diretor-presidente Carlos Roberto Rafael, a gerente Comercial Fernanda Demuner Passamani e os coordenadores Comerciais Fabiano Christo de Siqueira e Alessandra Margon. Juntos, celebramos essa importante etapa ao lado de um parceiro que faz história no setor.

Com mais de 30 anos de trajetória, Fernando Batalha

é sinônimo de credibilidade e excelência no mercado de consórcios e seguros. É motivo de orgulho para a Banestes Seguros acompanhar de perto mais esse passo em sua jornada de sucesso.

Parabéns à Batalha Consórcio e Seguros por essa conquista! Que essa nova sede traga ainda mais prosperidade, realizações e boas parcerias. Estamos juntos nessa caminhada!



Procurando oportunidades para
Crescer os seus negócios?
Conheça o **Cresça Corretor!**

CRESCA
Corretor

Yelum
seguradora

HDI
SEGUROS

Aliro
seguro



Acesse o QR Code e conheça todas as nossas oportunidades para você ir mais longe.



Você Sabia?

A força da fé que move multidões

Com sua profunda importância religiosa e tradição secular, a Festa da Penha movimenta o turismo no Espírito Santo, atraindo romeiros de diversos municípios capixabas e de outras regiões do Brasil. Além disso, é um verdadeiro marco na cultura e na identidade capixaba.

Sociedade 24/7 e o impacto no sono

Vivemos em uma sociedade que funciona 24 horas por dia, 7 dias por semana — e isso tem afetado diretamente o tempo de sono das pessoas. Estudos indicam uma tendência de redução das horas dormidas, apesar de a necessidade fisiológica de sono permanecer inalterada.

Mais de 350 anos de arte: A Ópera de Paris

Com uma rica história, a Ópera de Paris encanta pela arquitetura imponente de seus dois teatros — o Palais Garnier e a Ópera da Bastilha — e pela diversidade de sua programação: são mais de 400 apresentações anuais entre óperas, balés e concertos.

Teleconsulta no SUS: uma história que começou antes da pandemia

Embora regulamentada temporariamente pela Lei 13.989/2020, a história da teleconsulta no SUS começou em 2007, alinhada com diretrizes da Organização Mundial da Saúde (OMS), marcando um passo importante na modernização do atendimento à saúde pública.

Pílula anticoncepcional: um marco na autonomia feminina

Aprovada nos Estados Unidos em 1960, a pílula anticoncepcional revolucionou a sexualidade feminina, promovendo maior controle reprodutivo e autonomia. Sua adoção influenciou comportamentos e contribuiu para a entrada massiva das mulheres no mercado de trabalho.

Sabor da tradição: a torta capixaba

A torta capixaba é uma iguaria tradicional do Espírito Santo, especialmente consumida nas quintas e sextas-feiras da Semana Santa — que este ano ocorreu entre os dias 13 e 20 de abril. Muitas famílias mantêm receitas próprias, transmitidas de geração em geração.

Gravidez em grupo: uma coincidência encantadora

Em fevereiro, o jornal A Tribuna contou a curiosa história de sete amigas de infância, de Venda Nova do Imigrante, que posaram grávidas — mesmo que, na época, apenas duas estivessem esperando bebês. A surpresa veio logo depois: todas engravidaram!

Golpes digitais: um risco crescente no Brasil

Em apenas um ano, cerca de 40,85 milhões de brasileiros perderam dinheiro com golpes digitais. Os menores índices foram registrados no Ceará (17%) e no Piauí (18%). A maioria das vítimas possui ensino médio completo ou superior.

Moringa: a planta que é sinônimo de saúde

Conhecida como uma superplanta, a moringa possui alto valor nutricional. Seu chá é fonte de antioxidantes, vitaminas (A, C e E), minerais (cálcio, ferro e magnésio) e aminoácidos. Também possui propriedades anti-inflamatórias, antibacterianas e antivirais.

**CONHEÇA
MELHOR O SEU
SINDICATO!**

**Venha
tomar um
cafezinho
conosco e
descubra
todas as
vantagens
de ser nosso
associado.
Você vai se
surpreender!**



**ESPÍRITO SANTO AGORA CONTA
COM A FORÇA DA SEGURADORA
LÍDER NA ARGENTINA**

**SANCOR
SEGUROS**

PESSOAS • PATRIMONIAIS • AGRO • RISCOS TÉCNICOS

Acesse sancorseguros.com.br e saiba mais

Allianz Seguros impulsiona a economia circular com reciclagem de veículos sinistrados

Materiais como aço, alumínio, vidros e plásticos são despoluídos e enviados para indústrias, retornando à sociedade como novos produtos. Em 2024, a empresa reciclou 1,4 mil toneladas de lataria e 5,6 mil toneladas de vidros



Renato Roperto, diretor executivo de Sinistros, Back Office e Contact Center da Allianz Seguros – Cred. Marcos Mesquita

A economia circular tem ganhado espaço no Brasil como solução sustentável para os desafios ambientais e econômicos em diversos setores, inclusive no mercado automotivo. Atenta a esse movimento, a Allianz Seguros, uma das principais seguradoras do Brasil e do mundo e detentora do naming rights do Allianz Parque, desenvolveu um sistema de reaproveitamento de materiais provenientes de veículos segurados que sofreram perda total ou parcial. No caso dos automóveis com perda total, a empresa registrou, entre 2023 e 2024, um aumento de 10% no volume de materiais destinados à reciclagem, alcançando 1,4 mil toneladas, o que demonstra um avanço significativo em seus processos sustentáveis.

As iniciativas da Allianz acompanham as tendências ESG. Um estudo da Universidade de São Paulo (USP) aponta que a reutilização de componentes pode reduzir em até 60% as emissões de gases de efeito estufa associadas à

fabricação de novas peças. “Estamos constantemente buscando soluções inovadoras para ampliar nossa contribuição à economia circular, reduzindo o impacto ambiental e promovendo a responsabilidade socioambiental no setor de seguros”, afirma Renato Roperto, diretor executivo de Sinistros, Back Office e Contact Center da Allianz Seguros.

Processo estruturado

Em linha com seu compromisso com a sustentabilidade, a Allianz Seguros adota procedimentos rigorosos. Nos casos de perda parcial, a empresa garante que os acordos com as oficinas referenciadas prevejam a destinação correta das peças e resíduos automotivos. Para cultivar as boas práticas, as oficinas passam por avaliações periódicas de infraestrutura e gestão, e os prestadores que tiveram o melhor desempenho recebem um ponto adicional no Programa de Relacionamento com Oficinas da companhia.

Em determinados casos de perda total, a Allianz aciona recicladoras especializadas para garantir o reaproveitamento adequado das peças. O processo inclui o transporte até a recicladora, onde os materiais são descontaminados, separados (aço, alumínio, vidros, plásticos, fios, estofados, entre outros) e encaminhados para indústrias como fundições, siderúrgicas e fabricantes de borracha. “O aço, por exemplo, é derretido e transformado novamente em matéria-prima, enquanto outros componentes retornam à sociedade em forma de novos produtos, como solados de sapatos e peças remanufaturadas. Ao final

do processo, a recicladora emite um certificado de destinação do material, garantindo rastreabilidade e transparência na operação”, explica Roperto.

Outro destaque é a reciclagem de vidros provenientes de sinistros cobertos por garantia adicional. A Allianz, juntamente com empresas parceiras, realiza a separação de materiais como metal, borracha e PVB (polivinil butiral), garantindo que 100% da sucata gerada seja reaproveitada. Em 2024, foram recicladas 5,6 mil toneladas de vidros, destinadas principalmente à fabricação de novas embalagens para diversos setores.

Impacto social e perspectivas

Além de promover benefícios ambientais, a Allianz Seguros destina os recursos totais obtidos com a reciclagem à ABA (Associação Beneficente dos Funcionários do Grupo Allianz), localizada na comunidade Santa Rita, zona leste de São Paulo, contribuindo diretamente para ações sociais e gerando impacto positivo na comunidade.

“Ao seguir os preceitos de ESG, adotamos uma abordagem integrada, na qual negócios, práticas ambientais e impacto social caminham juntos. Dessa forma, criamos um círculo virtuoso em que nossas iniciativas sustentáveis não apenas fortalecem a empresa e os parceiros, mas também geram efeitos positivos na ABA, o principal projeto social da Allianz”, diz Elysangella Nunes, superintendente de Comunicação, Sustentabilidade e Relações Institucionais da companhia.



ALLIAD@Z
+Comissão

Venda Allianz Empresarial PME e garanta até 7% de comissão complementar de acordo com seu segmento e muito mais proteção para seu cliente.

Ofereça e aumente suas vendas!

A comissão complementar varia de acordo com o segmento no programa Aliad@Z. Confira o regulamento completo no Allianznet. Allianz Seguros SA, CNPJ: 01.573.796/0001-66, Rua Eugênio de Medeiros nº 303, ands. 1-parce, 2 ao 9, 15 e 16, Pinheiros, São Paulo - CEP: 05425-000. Processo SUSEP nº 15414-9/2018-85. A aceitação do seguro está sujeita à análise do risco. Consulte as Condições Gerais, assim como os planos de assistência 24h, serviços e abrangência do seguro no site www.allianz.com.br. O registro do produto é automático e não representa aprovação ou recomendação por parte do SUSEP. Abertura e informações de sinistros, orientações de contrato de seguro/produto Linha Direta Allianz Corretor 40901120 (Capitais e Regiões Metropolitanas), 0800 777 8243 (Demais regiões), 0800 0121239 (exclusivo para portadores de limitação de saída e defici). Ouvidoria Allianz Seguros 0800 771 3313. SAC (24 horas): 0800 115 215. A Allianz Seguros respeita a sua privacidade e é contra o spam na rede. Para mais informações, acesse a Política de Privacidade de Dados da Allianz, disponível em www.allianz.com.br/politica-de-privacidade.

Do sonho à conquista: uma nova jornada começa



Nilcio Gilbert Coco, um nome respeitado no mercado de seguros, alcançou recentemente uma conquista marcante em sua vida profissional: foi aprovado na prova da OAB-ES, tornando-se o mais novo advogado do Espírito Santo.

Com uma trajetória sólida no setor de seguros, Nilcio compartilha com a sociedade capixaba sua alegria por esse novo capítulo, agradecendo especialmente à memória de sua mãe, que sempre o incentivou e orou para que ele chegasse até aqui.

“Há momentos na vida que marcam muito mais do que uma

conquista profissional — são marcos de fé, perseverança e transformação. Hoje, compartilho com imensa alegria o início de um novo capítulo na minha trajetória: fui aprovado na prova da OAB-ES e sou, oficialmente, o mais novo advogado do Espírito Santo!

Essa conquista não veio por acaso. Ela foi construída com noites de estudo, sacrifícios e, principalmente, com a força de uma oração que nunca me abandonou: a da minha mãe. Sua fé, seu amor e suas preces me acompanharam em cada passo. E, mesmo que ela não esteja mais fisicamente ao meu lado, sei que sua luz me guiou até aqui.

Já trilhei muitos caminhos como corretor de seguros, profissão que me enche de orgulho e que continuará sendo parte essencial da minha missão. Agora, somo a esse percurso uma nova identidade, um novo propósito: advogar, servir à justiça e ampliar as formas de ajudar pessoas.

O futuro se abre diante de mim com novas possibilidades — e sigo com gratidão no coração e determinação nos olhos. A todos que torceram por mim, que incentivaram e acreditaram, o meu muito obrigado.

Que venham os novos desafios. Estou pronto. Nilcio Gilbert Coco”

Sessão de cinema



Momentos simples podem transformar vidas, e foi exatamente isso que aconteceu em mais uma ação especial promovida pela Seguros Unimed. Em um dia repleto de emoção e encantamento, crianças e jovens atendidos pela Casa Lar Walter Barcelos foram convidados para viver uma experiência inesquecível: assistir a uma sessão de cinema.

O brilho nos olhos, os sorrisos largos e a empolgação contagiante mostravam que aquele não era apenas um passeio. Era uma oportunidade de sonhar, se encantar e viver algo novo, longe da rotina e perto do afeto.

A iniciativa faz parte do compromisso da Seguros Unimed com o cuidado e o acolhimento, especialmente com quem mais precisa de esperança e oportunidades. Ver a alegria estampada no rosto de cada criança foi o maior presente do dia — e o verdadeiro significado de fazer a diferença.

O SINCOR-ES e o CVG-ES agradecem à Seguros Unimed por essa linda iniciativa, que leva esperança e alegria a quem mais precisa. Aproveitamos para conclamar outras seguradoras a se unirem nessa causa: realizar ações em parceria com a Casa Lar Walter Barcelos, levando ainda mais carinho, atenção e momentos de felicidade às crianças e adolescentes que ali vivem. Juntos, podemos fazer muito mais!

Lindinha Tricolor

Essa fofura da foto é a Liz, netinha do diretor do SINCOR-ES e do CVG-ES, Luiz Amaury Gontijo. Tricolor por influência do vovô — um apaixonado torcedor do Fluminense — Liz posou toda charmosa vestindo o manto tricolor. Um verdadeiro show de simpatia e amor pelo time!



Visita ilustre de Nilcio Gilbert Coco



No dia 7 de maio, tivemos o prazer de receber, na sede do Sincor-ES, a visita de Nilcio Gilbert Coco e de sua esposa, Katia Elania Sossai

Coco. Nilcio alcançou recentemente uma conquista marcante em sua trajetória profissional, sendo aprovado no exame da OAB-ES,

tornando-se o mais novo advogado do Espírito Santo.

Com mais de 35 anos de experiência no setor de seguros, Nilcio colocou-se à disposição dos colegas corretores para oferecer consultoria e apoio em casos relacionados à responsabilidade civil profissional, direito civil e direito penal.

“Escolhi atuar na área criminal e em questões ligadas às obrigações profissionais, pois já possuo ampla experiência no mercado de seguros capixaba. Assim, posso contribuir de forma efetiva e atender aos colegas corretores de seguros nas demandas que surgirem”, afirmou Nilcio Coco.

O presidente do Sincor-ES agradece a ilustre visita e deseja muito sucesso nesta nova jornada profissional.

Confraria das Quintas

Toda quinta-feira é dia de resenha e descontração no tradicional encontro da Confraria das Quintas, realizado regularmente na praça de alimentação do Shopping Vitória. O evento tem como propósito reunir profissionais do mercado de seguros e também promover a integração familiar.

A Confraria das Quintas é um encontro informal e acolhedor, o ponto de encontro ideal para amigos, colegas de trabalho e apaixonados por boas conversas. Basta aparecer na praça de alimentação entre 11h30 e 12h30 para o almoço. Em seguida, o grupo segue para a cafeteria, onde a tradicional rodada de

café dá início a uma animada resenha, que encerra o encontro com leveza e bom humor.

No dia 8 de maio, tivemos o prazer de receber Arthur Pessanha, CEO da Novo Seguros, e Marcelo Sant'Anna Vieira Gomes, diretor

jurídico da seguradora.

“É sempre um enorme prazer receber as ilustres visitas de representantes das seguradoras locais e, em especial, do presidente da primeira seguradora capixaba”, destacou José Romulo da Silva.



novo
seguros



Chegou o Seguro Franquia!

Caso ocorra sinistro com um orçamento superior ao valor da franquia auto, a franquia será paga.

Saiba mais:
novoseguros.com.br

Visita trazendo simpatia e novidades



cidadãos aracruzenses. Conte sempre conosco e muito obrigada pela confiança!", declarou Ana Paula Palaoro.

Durante a visita, ela também apresentou oficialmente sua gerente comercial, Kaori Eto, e informou que a empresa pretende expandir sua atuação na região, ampliando a oferta de produtos além dos já comercializados, como planos de saúde e consórcios.

No dia 9 de maio, recebemos a visita de Ana Paula Palaoro, diretora comercial, e Kaori Eto, gerente comercial da Palaoro Corretora de Seguros, sediada em Aracruz, no norte do Espírito Santo.

Ana Paula veio ao Sincor-ES para compartilhar uma excelente notícia: sua corretora foi premiada no Recall de Marcas de Aracruz

2024, sendo reconhecida como a corretora de seguros mais lembrada pela população local no segmento Plano de Saúde.

"A confiança e a preferência do público são o que nos motivam a continuar oferecendo o melhor atendimento e as melhores soluções para cuidar da sua saúde, da sua família e dos seus colaboradores,



Fernando Batalha lança "O Elo do Sucesso", um manual para alcançar resultados espetaculares



O especialista em investimentos e CEO do Grupo Batalha, Fernando Batalha, lançou no dia 21 de maio, na livraria Leitura do Shopping

times como Fluminense, Grêmio e Internacional, e chegando a enfrentar o poderoso Barcelona. No entanto, faltavam disciplina, estratégia e constância para

Vitória, seu livro O Elo do Sucesso. A obra funciona como um manual para alcançar o sucesso pessoal. Desde pequeno, Fernando sonhava em ser jogador de futebol. Com talento de sobra, iniciou aos 13 anos uma promissora trajetória no esporte, atuando por

transformar talento em glória. As oportunidades no futebol se esvaíram. A grande virada veio com a notícia de que seria pai. "Era hora de agir. Decidi que aquele seria o maior desafio da minha vida, e, dessa vez, eu venceria", afirma. A partir daí, ele construiu sua carreira no setor financeiro, onde propósito e sabedoria se tornaram pilares. Ao lado da esposa, Dani, e das filhas Lorena e Maithê, seguiu com fé, planejamento, humildade e foco. Em O Elo do Sucesso, Fernando compartilha sua história com uma narrativa envolvente e inspiradora, oferecendo um verdadeiro guia para quem deseja realizar sonhos, concretizar metas e virar o jogo a seu favor.

Confira os 5 erros fatais que afastam clientes na venda de seguros online!

Está perdendo clientes online e não sabe por quê? Descubra os erros que podem estar sabotando as suas vendas!



Vender seguros pela internet é a realidade de hoje, mas muitas corretoras estão tropeçando feio.

Clientes que poderiam contratar com você estão desistindo por falhas que você nem percebe. “Na venda online, cada detalhe conta, e um erro pode custar caro”, alerta Igor Zon Balbino, da Cloudsegs.

Vamos revelar os 5 erros fatais que afastam seus segurados e o que fazer para virar esse jogo:

1. Site Lento: A Paciência do Cliente Acabou

Nada frustra mais do que um site que demora a carregar. Segundo o Think with Google, 53% dos usuários abandonam páginas que levam mais de 3 segundos para abrir no celular. Clientes em sua região de atuação que estão buscando no Google por “seguro viagem” ou “seguro de vida” querem rapidez. Um site lento é um convite para eles irem ao concorrente, que está a um clique de distância.

2. Informações Confusas: O Cliente Não Entende Nada

Se o seu site não explica claramente as coberturas ou como o cliente deve fazer para contratar, ele desiste. Pesquisas mostram que consumidores preferem marcas que oferecem

transparência e informações claras. Listas complicadas ou jargões técnicos assustam quem busca um seguro simples e direto.

3. Falta de Suporte Online: O Cliente Fica no Vácuo

Imagine um cliente com dúvidas no meio da noite ou em um final de semana, mas seu site não tem um chat, um link para WhatsApp ou qualquer outro meio de contato fácil. Ele vai procurar quem facilita o contato e responde rápido. “Hoje, o suporte instantâneo é esperado no digital”, diz Igor, que complementa: “sem um canal de atendimento online, você perde credibilidade e vendas”.

4. Design Não Adaptado ao Celular: Um Pesadelo

No Brasil, mais de 90% dos internautas usam o celular, segundo a Pesquisa TIC Domicílios do CGI.br. Se o seu site tem botões minúsculos ou texto ilegível em telas pequenas, o cliente não consegue navegar. Um design não adaptado para smartphones é um erro que custa leads valiosos.

5. Ausência de Formulários ou links de

Cotação/Contratação: O Cliente Fica Travado

Imagine um cliente interessado no seu seguro, mas seu site não tem ao menos um formulário simples para nome e telefone, um link para contratação online ou até mesmo um botão de WhatsApp. Ele simplesmente desiste! “Sem um caminho claro para o próximo passo, você perde vendas na hora”, diz Igor. A maioria dos clientes não vão te contactar fora do digital. Um formulário básico ou link de WhatsApp é essencial para captar dados, permitir um retorno personalizado ou fechar a venda diretamente online.

Pare de Perder Clientes e Invista no Digital

Esses erros estão afastando seus clientes e matando suas vendas online. A boa notícia? Todos são evitáveis com um site bem projetado. “Um site profissional é a base para vender seguros online com sucesso”, afirma Igor Zon Balbino. A Cloudsegs entrega sites rápidos, adaptados para dispositivos móveis como smartphones, com formulários de cotação e suporte integrado, prontos para posicionar sua corretora de forma adequada no digital. Não deixe esses erros segurarem você – é hora de agir!

Descubra como a Cloudsegs pode transformar sua corretora com planos super acessíveis – veja as corretoras que já usam e contrate, acesse: www.cloudsegs.com.br.

Referências:

Think with Google, 2023: Estatísticas sobre velocidade de carregamento em dispositivos móveis.

Pesquisa TIC Domicílios 2022, CGI.br: Dados sobre acesso à internet no Brasil.

Banestes Seguros apresenta guinchos exclusivos para agilizar atendimento a segurados na Grande Vitória

Iniciativa em parceria com a Mondial Assistance visa reduzir tempo de resposta e reforçar a assistência aos segurados capixabas

Texto: Jardel Torezani



A Banestes Seguros deu um passo importante para aprimorar a experiência de seus clientes na Grande Vitória. Fruto da parceria com a Mondial Assistance, foram apresentados, nesta terça-feira (20), dois novos guinchos leves que passam a operar exclusivamente para atender às ocorrências dos clientes da seguradora 100% pública e capixaba. A nova frota de veículos exclusivos começa a rodar nesta semana.

A iniciativa é resultado da parceria de seis anos da empresa com a seguradora, que busca otimizar o tempo de resposta em ocorrências e oferecer um serviço ainda mais ágil e personalizado. Os veículos receberam a identidade visual da Banestes Seguros – nas

cores azul e verde – e com o telefone de contato para assistência: 0800 703 1450.

Os veículos foram apresentados ao diretor-presidente da Banestes Seguros, Carlos Roberto Rafael; para a diretora de Operações, Jussara Gonçalves Vieira; e para o diretor de Controles Internos, Rômulo de Souza Costa. A Mondial Assistance foi representada pelo CEO Jaime Liniers e pela gerente comercial Eliane Araújo.

Com a operação dos veículos concentrada na Grande Vitória, a expectativa é que a personalização e a dedicação dos veículos resultem em mais agilidade no atendimento aos segurados da Banestes Seguros que necessitarem do serviço de guincho.

O CEO da Mondial Assistance, Jaime Liniers, destacou a relevância da colaboração. “A disponibilidade de veículos exclusivos marca a importância da parceria que temos com a Banestes Seguros. Ela é estratégica pois marca nossa presença no Espírito Santo ao estarmos com a seguradora capixaba mais relevante. Isso acaba nos fortalecendo”, disse Liniers.

O diretor-presidente da Banestes Seguros, Carlos Roberto Rafael, ressaltou que o foco da empresa é sempre o bem-estar e a tranquilidade do segurado. Ele afirmou que a introdução desses guinchos exclusivos na Grande Vitória é mais um investimento concreto na qualidade e na agilidade dos serviços de assistência da seguradora.

“É um reflexo do nosso compromisso em estar cada vez mais próximos do segurado quando ele mais precisa, fortalecendo a confiança depositada na Banestes Seguros e na nossa sólida parceria com a Mondial Assistance. É a busca pela excelência no atendimento e a satisfação dos nossos clientes”, frisou Rafael.

Bradesco Seguros apresenta novo superintendente da Sucursal Vitória



No dia 12 de maio, a Bradesco Seguros realizou um importante encontro com o mercado capixaba para apresentar Leonardo Áreas de Aguiar como o novo superintendente da Sucursal Vitória. O evento, marcado por integração e

novidades, aconteceu na sede da Autoglass, em Vila Velha, durante o Road Show Vitória, uma iniciativa que reforça a proximidade da seguradora com os profissionais do setor no Espírito Santo.

O encontro contou com a presença de lideranças da Bradesco

Seguros, como Luiz Carlos Gomes, superintendente executivo, Ricardo Costa, superintendente regional, e Marlon Cunha, gerente da Sucursal Vitória. Também participaram Luiz Amaury Gontijo, representando os presidentes do Sincor-ES e do CVG-ES, além de diretores do Sincor-ES e diversos corretores de seguros do estado.

O momento foi de troca, fortalecimento de parcerias e reafirmação do compromisso da Bradesco Seguros com o desenvolvimento do mercado capixaba.

Jornada Capixaba do Seguro de Vida consolida o Espírito Santo como referência nacional



Na foto, diretores do Sincor-ES e CVG-ES, envolvidos na realização da 7ª Jornada Capixaba do Seguro de Vida.

O CVG-ES e o SINCOR-ES expressam seu mais sincero agradecimento a todos os diretores e colaboradores que contribuíram com dedicação e comprometimento para o sucesso da 7ª Jornada Capixaba do Seguro de Vida. O evento, realizado com excelência, é o resultado de um trabalho coletivo que reforça o propósito das instituições de promover o crescimento do mercado de seguros de vida no Espírito Santo.

A repercussão da jornada foi extremamente positiva, consolidando o evento como uma referência nacional na promoção e divulgação do seguro de vida.

A expressiva participação do público, a qualidade dos temas abordados e a integração entre profissionais do setor mostram que estamos trilhando o caminho certo, fortalecendo a cultura da proteção e o papel estratégico do corretor de seguros na sociedade.

Registramos, com orgulho, os nomes dos profissionais diretamente envolvidos na organização e realização do evento: José Romulo da Silva (presidente do SINCOR-ES), Antonio Santa Catarina (presidente do CVG-ES), Ivo Tadeu Basilio (diretor do SINCOR-ES e CVG-ES), Dagmar Alves Mauricio Machado (diretora do SINCOR-ES),

Maria Aparecida do Nascimento Rodrigues (funcionária do SINCOR-ES), Luiz Amauri Gontijo (diretor do SINCOR-ES e CVG-ES), Marcelo Corrêa Miranda (diretor do CVG-ES), Renato Silva de Bittencourt (diretor do SINCOR-ES e CVG-ES), Sandro Matos (diretor do CVG-ES) e Ricardo Berger Correa (diretor do CVG-ES). A todos, nosso reconhecimento e gratidão.

Mais do que um evento, a Jornada se reafirma como um movimento de transformação, que amplia horizontes e inspira novas iniciativas. Que venham as próximas edições — com ainda mais engajamento, inovação e propósito!



O CVG-ES, tem por objetivo incentivar e desenvolver as relações culturais e recreativas entre seus associados visando à preservação e fortalecimento das Instituições de Seguro de Pessoas, Seguro Saúde, Previdência Privada e Capitalização.

Corretor, venha fazer parte do CVG-ES