

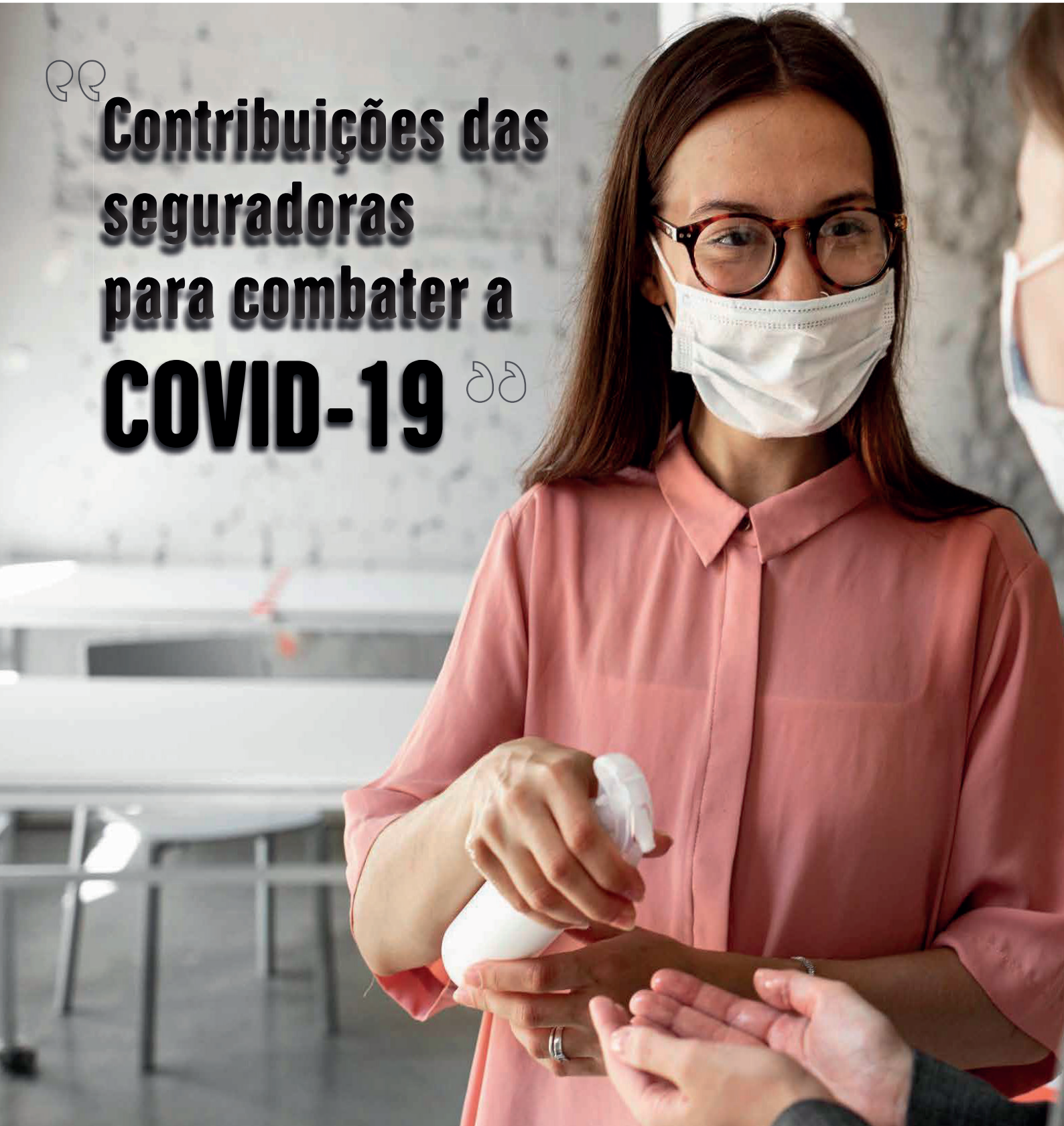
# INFORMATIVO

Ano XV – Edição 59 – JULHO/2021

**sindsegsc**  
Sindicato das Seguradoras



## Contribuições das seguradoras para combater a COVID-19





Essa é a 59ª edição do InformAtivo SindsegSC, que tenho o prazer de apresentar à você leitor, pois o tema tratado é de suma importância.

Convidamos às associadas ao SindsegSC para apresentar nesta edição, de forma resu-

midada “As Contribuições das Seguradoras para combater a Covid-19”, e nas próximas páginas poderão acompanhar o expressivo resultado de cada uma.

O mercado de seguros para preservar a vida e a saúde de dirigentes e colaboradores, desde o início da pandemia adotou regras de isolamento social, migrou suas equipes para empreender no formato home office as suas atividades, e manteve qualidade na prestação dos serviços.

Os compromissos foram honrados pelas seguradoras. Foram implementados planos de contingência para suavizar os impactos, e ao mesmo tempo alinhar ações futuras.

A pandemia gerou um avanço tecnológico e digital, e colocou o mercado de seguros muito além, com programas estratégicos e de inovações digitais.

Além disso, de acordo com a CNseg, “As empresas também estabeleceram estratégias e políticas de responsabilidade social e filantropia para apoiar o Governo e o terceiro setor no fortalecimento da infraestrutura de socorro à população. Em 2020, mais de 35 milhões de reais já haviam sido mobi-

lizados pelo setor para ações de responsabilidade social no enfrentamento da pandemia.

E aproveitando todo esse resultado, onde estamos vivenciando um momento de reflexão e aprendizado, como presidente do SindsegSC não poderia deixar de citar que o setor de seguros em todos os ramos é responsável por uma boa fatia da economia brasileira.

Nos últimos anos, foram bilhões de indenizações e benefícios retornados para a sociedade. O seguro marca a vida das pessoas de forma individual e coletivamente. A cada dia passamos por um episódio diferente, com a esperança do ‘amanhã ser melhor’, e o seguro nos oferece a Proteção.

E se não fosse o seguro também nesse momento, teríamos noção quanto equivaleria esse prejuízo? Não, não teríamos. Porque o seguro tem o papel de dar tranquilidade em relação aos patrimônios, proteção para as riquezas conquistadas e segurança para a família quando perde uma vida.

O número de pessoas infectadas pela Covid-19 continua a crescer. Chegamos ao segundo semestre de 2021, e ainda estamos afastados fisicamente, mas a esperança continua, a vacina “está chegando” e com o controle voltaremos nesse novo normal, unindo o virtual e o presencial.

Então, à todos os profissionais, vamos continuar valorizando a INSTITUIÇÃO SEGURO. Conte com o SindsegSC e com as nossas associadas, estamos à disposição para contribuir e compartilhar o que for necessário, para fazer desse mundo, um mundo melhor.

Desejo a você uma boa leitura.

**Luciano Vicente da Silveira**  
Presidente



**sindsegsc**  
Sindicato das Seguradoras

**Expediente: InformAtivo SindsegSC é uma publicação de responsabilidade do Sindicato das Empresas de Seguros Privados, de Resseguros e de Capitalização do Estado de Santa Catarina.**

As matérias e artigos assinados são de responsabilidade das seguradoras autoras. As matérias publicadas nesta edição podem ser reproduzidas des-

de que identificada a fonte. Rua XV de Novembro, 550 - Sala 1001 - CEP 89010-901 - Blumenau/SC.

**Projeto gráfico e diagramação:** LMCO Comunicação.

**Circulação:** Exclusiva Online, gratuita.



# USE MÁSCARA



Cada um fazendo sua parte, somos mais fortes. Fisicamente separados, porém juntos pelo comprometimento com a segurança e proteção de todos. Nesse novo momento, nos unimos aproximando as diferenças, levando apoio e nos reinventando para sermos pessoas e empresas melhores a cada dia.



## ASSOCIADAS





# Allianz

## Toneladas de solidariedade



As cestas foram distribuídas a 650 famílias de frequentadores da associação, com o objetivo de amenizar os danos da crise causados aos provedores dos lares da região. A distribuição contou com o auxílio de voluntários e educadores, que organizaram ações pontuais, respeitando protocolos sanitários e recomendações de órgãos de saúde. Em 2020, a ação durou de abril a agosto com a doação de 128 toneladas de itens. A Allianz retomou a iniciativa em abril de 2021 com mais 28 toneladas de itens doados.

Tendo como premissa desenvolver ações de longo prazo, tanto nos negócios como no campo social, há 25 anos foi criada a ABA – Associação Beneficente dos Funcionários do Grupo Allianz, que atua na Comunidade Santa Rita (SP), promovendo o desenvolvimento profissional e socioemocional dos moradores. Desde então, mais 8 mil pessoas já foram atendidas, entre crianças, adolescentes, adultos e pessoas da terceira idade. Em decorrência da pandemia e do isolamento social, a ABA interrompeu as atividades presenciais e a Allianz destinou suas ações de solidariedade para as famílias atendidas pela Associação com a doação de itens de alimentos e higiene.

## ABA em casa

Com a finalidade de continuar o atendimento ao público durante a pandemia, a Associação criou o “Portal ABA Digital”. Os educadores disponibilizam diariamente uma série de vídeos e atividades para acompanhar de casa. As crianças e adolescentes também conseguem enviar fotos das atividades, tirar dúvidas e socializar por meio do WhatsApp da ABA ou durante as rodas de conversas digitais. Em 2020, foram disponibilizadas 1.079 videoaulas, com mais de 125 mil visualizações, além da realização de 19 lives e sete mostras.





# Bradesco Saúde acelera transformação digital em resposta à Covid 19



Assim que a pandemia do coronavírus foi oficializada no país, a Bradesco Saúde e a Mediservice, empresas do grupo Bradesco Seguros, lançaram um hotsite – [bradescosaude.com.br/coronavirus](https://bradescosaude.com.br/coronavirus) e [mediservice.com.br/coronavirus](https://mediservice.com.br/coronavirus) – com informações atualizadas para a assistência à saúde de seus beneficiários e informações gerais sobre a doença para a sociedade. Após esse primeiro ano, foi registrado mais de 1,7 milhão de acessos. O hotsite reforça a importância da auto-proteção e de todos os cuidados necessários para evitar o contágio.

Disponibiliza, ainda, dados sobre o 0800; atendimento primário; lista de serviços assistenciais; e plano de contingência para empresas.



Recentemente, as operadoras criaram a cartilha Síndrome Pós-Covid, disponível no hotsite.

Outra iniciativa importante na prevenção e tratamento da Covid-19 é o serviço de telemedicina Saúde Digital, lançado em junho de 2020. O serviço está disponível para pronto atendimento por meio de app e uma plataforma via site, além de profissionais da rede referenciada. O serviço já registrou mais de 300 mil atendimentos, dos quais cerca de 65% estão relacionados à Covid-19. O foco das operadoras no modelo de Atenção Primária à Saúde (APS) também contribui para a conscientização dos beneficiários. A rede de clínicas “Meu Doutor Novamed”, criada há cinco anos e atualmente com 23 unidades, registrou, apenas em 2020, a marca de 136 mil atendimentos.

“Ao longo da pandemia, temos reunido, por meio do hotsite e do Saúde Digital, o máximo de informações que auxiliam não só os nossos beneficiários, mas o público em geral, a conhecer mais sobre a doença e se proteger. Neste novo contexto, em que lidamos com os desafios dos sintomas pós-Covid, temos como proposta disseminar orientações que ajudem as pessoas a buscar um atendimento coordenado e mais assertivo. Para isso, contar com informações qualificadas sobre sintomas e formas de tratamento desses sintomas é essencial”, destaca Thais Jorge, diretora da Bradesco Saúde e Mediservice.

# Chubb: Tempos excepcionais exigem medidas extraordinárias

Diante da maior crise sanitária dos últimos cem anos, esforços de todas as partes precisaram se juntar para que pudéssemos atravessar esse momento histórico delicado. Na Chubb, ações na esfera do grupo se somaram a iniciativas locais, sempre com o objetivo de cuidar das pessoas. Olhando internamente, a seguradora foi uma das pioneiras ao colocar todos os seus profissionais em home office,

ainda em março de 2020, logo após a divulgação dos primeiros casos da doença no Brasil.

Pouco depois, em abril, a seguradora anunciou a destinação de US\$ 10 milhões para o combate à Covid-19 em todo o mundo. Os recursos foram alocados em diversos projetos pela Chubb Charitable Foundation, braço da Chubb para apoio a ações sociais. No Brasil, parte desse montante

foi direcionado à estruturação de leitos de UTI em hospitais municipais e unidades de saúde ligados à Secretaria Municipal de Saúde de São Paulo.

## Visão Global

Além desse esforço institucional, a Chubb também procurou envolver seus colaboradores em ações de apoio e acolhimento social. Uma delas foi voltada à arrecadação e distribuição de alimentos a famílias carentes. Em parceria com a ONG Redes da Maré, incentivou seus profissionais a doarem recursos para a compra de cestas básicas distribuídas nas comunidades atendidas pela entidade. Para cada real doado, a Chubb contribuiu com o mesmo valor, a fim de ampliar o alcance da iniciativa.

“Poucas vezes passamos por algo tão desafiador e capaz de afetar a vida de tantas pessoas quanto o atual cenário gerado pela pandemia”, disse Antonio Trindade, presidente da Chubb do Brasil, ao convidar os colaboradores a participar da ação. A convocação deu resultados. Ao todo, foram arrecadados 25 mil quilos de alimentos, que beneficiaram mil famílias. “Ainda que pareça uma gota no oceano, o gesto de cada profissional teve um valor inestimável. Tanto para as pessoas beneficiadas quanto para a consolidação de algo fundamental: o exercício da cidadania, em cuja essência está a busca pelo bem comum”, arrematou o presidente.



# HDI Seguros no combate ao coronavírus.

Como a HDI tem agido para ajudar na luta contra a Covid-19 e de que forma isso tem impactado nossos clientes e colaboradores.

Atualmente, vivemos um dos momentos mais delicados dos últimos tempos, e para que essa fase acabe logo, são necessários o esforço e a compreensão de todos. A pandemia da Covid-19 já contaminou milhões de pessoas no Brasil e no mundo, além de afetar diretamente a economia global, deixando famílias – principalmente as mais carentes – em situação de vulnerabilidade social. Diante desse cenário, é importante que todos contribuam da forma que podem no combate à doença. Na HDI, não está sendo diferente, pois algumas iniciativas foram tomadas para apoiar os mais afetados pela pandemia.

A área da saúde é uma das que mais carecem de ajuda diante dessa situação e, desde o início da pandemia, a HDI doou centenas de máscaras para os profissionais do Hospital das Clínicas, em São Paulo, além de ajudar financeiramente na contratação de 140 anestesistas, reforçando o time de profissionais que estão na linha de frente na maior capital do país. Além dessa ação, a seguradora também apoiou o projeto “Dados do Bem”, parceria da Zoon e do Instituto de Pesquisa D’Or, que desenvolveu um aplicativo para mapear o avanço da Covid-19 por meio de dados enviados pela população.

Os projetos sociais também ganharam destaque no último ano, porque a HDI manteve o apoio ao “Instituto Primeiro Serviço”, iniciativa que fomenta a mobilidade social através da prática do tênis, além de auxiliar as famílias mais carentes com ações como a distribuição de cestas básicas.

Outro foco da HDI tem sido o suporte ao cliente, contextualizando e munindo todos os segurados com informações importantes. Os canais digitais não deixaram de trazer conteúdos relevantes como: posts informativos e tutoriais que auxiliam o cliente no uso dos nossos portais. Além disso, o Blog HDI segue munido de conteúdos variados como dicas de cuidados no dia a dia. Tudo para reafirmar o compromisso em ser uma seguradora humana, digital e inovadora.

A pandemia ainda não acabou, por isso os cuidados e prevenções continuam sendo fundamentais, como o uso da máscara e de álcool em gel e o distanciamento social. Com a vacinação, a tendência é que a imunização avance cada vez mais e, em breve, poderemos voltar à normalidade.





# Liberty Seguros realiza doações para viabilizar vacinação e apoiar projetos contra a fome

*Em 2020, a seguradora doou R\$ 1 milhão em iniciativas para amenizar impactos da COVID-19 e agora em 2021, apoia a vacinação em cidades pelo país*

A Liberty Seguros reforça seu compromisso em apoiar a comunidade com iniciativas focadas em atenuar os impactos sociais causados pela pandemia de COVID-19. Em 2020, a seguradora realizou uma doação de R\$1 milhão – sendo R\$500 mil destinados à Unidos pela Vacina,

campanha liderada por Luiza Trajano, que tem como meta vacinar todos os brasileiros até setembro deste ano.

A seguradora contribuiu para a viabilização do Plano de Vacinação da população em quatro cidades, em diferentes regiões do Brasil onde atua: Bauru (SP), Florianópolis (SC), Fortaleza (CE) e Manaus (AM). Os R\$ 500 mil foram utilizados para a compra de insumos destacados por cada uma das prefeituras como essenciais no momento, sendo: 20 câmeras de conservação

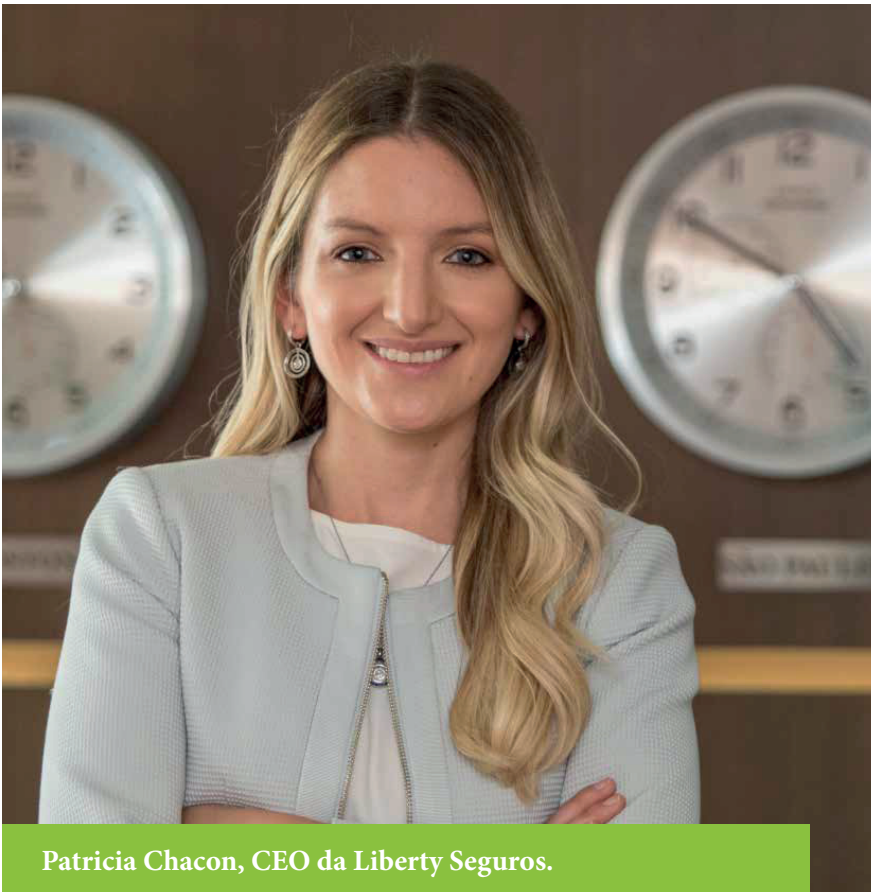
de vacina (510 litros e 1.200 litros), 146 caixas térmicas para transporte de vacina (20 litros) e cerca de 115 mil luvas de procedimento.

Os outros R\$500 mil foram voltados ao combate à fome que, devido à pandemia, tem crescido drasticamente no país. Uma pesquisa recente realizada pela Rede Brasileira de Pesquisa em Soberania e Segurança Alimentar e Nutricional (Rede Penssan), indica que nos últimos meses do ano passado, 19 milhões de brasileiros passaram fome e mais da metade dos domicílios no país enfrentaram algum grau de insegurança alimentar.

A doação foi destinada à campanha Brasil Sem Fome, da ONG Ação da Cidadania e foi somada a quantia arrecadada no crowdfunding disponível para todos que quisessem doar até dia 21 de maio deste ano.

“A Liberty reconhece a importância da vacinação da população brasileira e queremos fazer a nossa parte contribuindo para que as prefeituras tenham os insumos necessários para viabilizar a vacinação em suas cidades. Também é de extrema importância fornecer ajuda imediata para as pessoas que estão enfrentando uma situação de insegurança alimentar grave. Queremos e vamos ajudar o máximo de pessoas possível”, afirma Patricia Chacon, CEO da Liberty Seguros.

Essas doações se somam aos esforços que a seguradora tem realizado desde abril de 2020. No ano passado, a companhia doou 500 mil máscaras aos hospitais públicos de São Paulo, Rio de Janeiro e unidades da Santa Casa, mais de 2 mil kits de higiene a lares de idosos carentes e mais de 3 mil cestas básicas para a campanha Brasil Sem Fome. Além disso, no início de 2021, a Liberty doou 3 mil m<sup>3</sup> de oxigênio para Manaus em apoio à Campanha SOS AM.



Patricia Chacon, CEO da Liberty Seguros.

# MAPFRE

## No enfrentamento à pandemia



Desde os primeiros casos de Covid-19 notificados no Brasil, a MAPFRE se mobilizou em prol da sociedade e de seus públicos, afim de minimizar os impactos causados pela pandemia. A empresa estabeleceu trabalho remoto e acompanhamento psicológico e de sintomas ligados à Covid-19 aos colaboradores e familiares. Aos corretores e parceiros de negócio, minimizou os reflexos da perda repentina de renda financeira, aplicando condições especiais em renovações de apólices, além da antecipação de pagamentos às oficinas de veículos e capacitação online à rede de prestadores.

Aos clientes, ampliou a cobertura do Seguro Residencial e a oferta de telemedicina no Seguro de Vida. Incluiu a cobertura de morte por complicações da Covid em suas apólices de Vida e em seguros Presta-mista e Habitacional. Também criou o site Retomada Segura, para apoio às empresas que adaptaram seus negócios para o retorno presencial e, por meio de sua plataforma de inovação MAPFRE Open Innovation, recebeu de startups e colaboradores propostas às pequenas e médias empresas, e prestadores de serviços, ajudando-os a enfrentarem a situação econômica imposta pela pandemia.

## Apoio da Fundación MAPFRE a instituições

Consciente de seu compromisso social, a Fundación MAPFRE doou cerca de R\$ 18 milhões para o enfrentamento da pandemia do novo coronavírus no Brasil. O valor foi destinado a iniciativas voltadas à prevenção da disseminação da pandemia, aquisição de leitos de UTI e insumos hospitalares, respiradores, além de doações de cestas básicas para as comunidades mais vulneráveis.



**AÍ EU VI CONFIANÇA.**

**AÍ EU VI MAPFRE.**

**MAPFRE**  
FALE COM O SEU CORRETOR.  
MAPFRE.COM.BR

# Programa de impacto social da Porto Seguro ofereceu 10 mil oportunidades de trabalho e capacitação

*Enquanto muitas empresas têm reduzido vagas de trabalho, a Porto Seguro realizou um movimento pró-emprego, intitulado Meu Porto Seguro. A iniciativa de impacto social ainda capacitou 17 mil pessoas divididas em 25 salas virtuais*

São Paulo, julho de 2021 - Desde o início da pandemia do novo coronavírus, os números de desempregados no Brasil chegaram a 14,8 milhões de pessoas, segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Para reverter parte do cenário negativo decorrente da crise, a Porto Seguro lançou, em julho do ano passado, um projeto de impacto social que ofereceu oportunidades de trabalho para 10 mil pessoas.

Intitulada Meu Porto Seguro, a iniciativa incluiu um programa de capacitação via EAD e renda extra mensal, no valor de R\$ 1.500,00 por pessoa, durante três meses. As primeiras contratações aconteceram em agosto de 2020. “Essa é uma das maiores crises que nosso país já enfrentou. Por isso, é essencial que grandes empresas se mobilizem com iniciativas de solidariedade. O Meu Porto Seguro teve o objetivo de educar, formar e ajudar na renda familiar. Nossa intenção foi criar opções para que os brasileiros que se encontravam em dificuldades pudessem percorrer novos caminhos em sua jornada pessoal e profissional”, destaca Bruno Garfinkel, presidente do Conselho de Administração da

Porto Seguro.

Para que as oportunidades chegassem ao maior número de pessoas, a organização do projeto incentivou cada inscrito a indicar outros amigos. A marca também buscou parceiros, como influenciadores, celebridades, ativistas sociais e outras empresas, para fomentar a causa com o uso da #MeuPortoSeguro, criando uma rede de compartilhamentos do bem e um movimento em prol das contratações.

A primeira etapa do processo foi a realização de um cadastro no site meuportoseguro.org.br. Após concluída essa fase, os candidatos participaram de um treinamento à distância (EAD) e os recrutadores da Porto Seguro fizeram a seleção dos 10 mil novos empregados. No total, foram mais de 17 mil pessoas que realizaram os cursos nas 25 salas virtuais e puderam adicionar essa formação em seus currículos.

Para Roberto Santos, presidente da Porto Seguro e diretor de RI, a ação criou uma grande rede de solidariedade por meio de qualificação e geração de oportunidades. “Na vida todos nós



temos um porto seguro, esse objetivo de vida que nunca queremos perder e que trouxemos de volta para muitos brasileiros que perderam seus empregos durante a pandemia. Seleccionamos 10 mil pessoas para integrar o time da empresa por três meses, medidos por geração de leads. Aproximamos as pessoas que se sobressaíram de Corretores de seguros parceiros, dando a oportunidade de crescimento no mundo do seguro”, reforça o executivo.

Além das oportunidades, o Meu Porto Seguro disponibilizou cursos à distância gratuitos e abertos ao público com aulas diárias de duas horas para todos que quiseram aprender mais sobre seguros e produtos, com o básico sobre prospecção, leads e retorno. Dessa forma, a empresa conseguiu abranger a capacitação de profissionais e agregar ao currículo das pessoas.

## Sobre Meu Porto Seguro

O Projeto Meu Porto Seguro (@MeuPortoSeguro) foi uma ação social que visou oferecer novas oportunidades e renda extra aos brasileiros que perderam o seu emprego devido à crise do novo coronavírus. A iniciativa incluiu um programa de treinamento online e renda extra mensal, de R\$ 1,5 mil por pessoa, por três meses, com a expectativa de fomentar a indústria de seguros do país e contribuir para alavancar a economia como um todo.



Mais que um seguro de vida.  
Porto Seguro **Para Toda Vida.**

# Sancor Seguros

## Foco na proteção de todos

A pandemia provocado pela COVID-19 trouxe alguns desafios para toda a sociedade. A Sancor, adotou medidas para proteger os clientes e colaboradores. A primeira ação foi adotar o trabalho remoto, para isto utilizou e ampliou as ferramentas para comunicação e para garantir que suas operações continuassem com agilidade e qualidade. Todas as áreas da companhia ficaram envol-

vidas nesta adaptação, por isto reuniões, sejam elas internas ou com clientes, fornecedores ou parceiros passaram a acontecer on-line. O mesmo ocorreu com atualizações de políticas, comitês de melhorias, processos de seleção e capacitações.

Com a evolução do número de pessoas vacinadas e com o andamento da pandemia, algumas regiões pu-

deram flexibilizar o distanciamento e a Sancor vai adaptando seu atendimento às possibilidades e necessidades de seus parceiros. Sendo assim, a companhia executou diferentes ações, de acordo com a necessidade de cada momento.

Todos os protocolos de segurança foram seguidos desde o início da pandemia. Também foram disponibilizados álcool em gel em vários locais e nas ilhas dos colaboradores, que também receberam máscaras de proteção e seu uso passou a ser indispensável na companhia. Gestores e colaboradores puderam participar de capacitações nas quais conheceram técnicas para trabalho e condução da equipe remota.

A área de Capital Humano mantém constante contato com os líderes para acompanhar o andamento das equipes e colocar a companhia a disposição para eventuais dificuldades. Também utiliza a rede social interna para manter a proximidade, apesar do distanciamento imposto pela pandemia, e enviar constantes orientações. Por fim, foram desenvolvidos três e-books e disponibilizados a todos: “Atividades para fazer com as crianças”, “Recomendações psicológicas para lidar com a Pandemia”, e “Do que depende sua motivação? Reflexões sobre o conceito e como manter-se motivado”.

Pensando em ampliar o olhar para uma parcela maior da sociedade na qual a companhia está inserida, estas ações tem foco na saúde e bem estar dos colaboradores, clientes, fornecedores e parceiros, bem como de seus familiares.



# SOMPO SEGUROS

## Você Sempre Bem

Desde o início da pandemia, a prioridade na Somo Seguros foi estabelecer uma estratégia de ação para garantir a qualidade no atendimento aos clientes e disponibilizar ferramentas para contribuir para que os parceiros corretores, assessorias e plataformas de seguros pudessem se-

guir com o desenvolvimento de negócios. Tudo isso, respeitando os protocolos de distanciamento social para que colaboradores, parceiros e segurados permanecessem sãos e bem. “A companhia conta atualmente com mais de 26 mil corretores e cerca de 70 assessorias de seguros parceiros em todo o Brasil e, mesmo com os desafios do distanciamento social imposto pela pandemia, a equipe comercial manteve um ritmo de mais de 800 reuniões mensais de

negócios e de suporte estratégico aos parceiros”, destaca Rogério Santos, diretor Comercial de São Paulo Metropolitana Expandida e Região Sul da Somo Seguros.

## Tecnologia

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 uma série de serviços de Assistência 24 Horas podem ser solicitados 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 (veja box em destaque).

Um exemplo de posicionamento que contribuiu para reforçar ainda mais a relevância do papel do seguro na sociedade foi que, em abril de 2020, a Somo Seguros determinou a plena cobertura no caso de Morte, Assistência Funeral e Diárias de Internação Hospitalar relacionados a casos de COVID-19 para apólices vigentes do ramo Vida. Mais recentemente, a companhia suspendeu a carência para coberturas de sinistros relacionados ao novo coronavírus para apólices vigentes a partir de 1 de março de 2021.

## Agilidade e segurança durante a pandemia

Por conta do distanciamento social e cenário de incidência de contaminação pelo novo coronavírus, a Somo desenvolveu uma série de facilidades para garantir agilidade no atendimento junto com a prestação de serviço de qualidade nesse período.

Conheça algumas delas:

### Sinistros

#### Vistorias

Ampliação das vistorias por imagem, realizadas por meio de atendimento por WhatsApp ou Vistoria na palma da mão (link enviado ao cliente via SMS para envio de fotos) para o Somo Auto e Seguros Patrimoniais.

#### Portais

Reforço do atendimento via Portal do Segurado ou Portal do Corretor, que contam com ferramentas para Aviso de Sinistro, Agendamento de Vistoria, Envio de Documentos ou Acompanhamento de Processo.

### Cotações, Inspeções e Renovações

Ampliação do período de validade para cotações de diferentes ramos e dispensa de inspeção na renovação de apólices para alguns ramos.

#### Renova Fácil

Com apenas um clique, o corretor tem acesso às cotações de renovação das apólices com 60 dias de antecedência do término de vigência dos seguros Residencial, Condomínio ou Empresarial. Confira no Portal do Corretor.

Somo Seguros. Você Sempre Bem.

www.sompo.com.br @sompo.seguros





SEGUROS



## Iniciativas SURA para combater a covid-19



Nosso trabalho tem sido com foco na mudança de hábitos de maneira preventiva, promovendo uma corrente de apoio mútuo em torno de uma prevenção que evite a disseminação em massa da doença, sem deixar de lado a sustentabilidade dos nossos negócios. Por isso, nossas ações foram pautadas em 3 pilares: ações imediatas para proteger as pessoas, ações imediatas para adequar o nosso modelo operacional e plano de negócios e implicações em médio e longo prazos.

Considerando as dificuldades que nossos clientes poderiam enfrentar, revisamos processos importantes e tomamos algumas decisões imediatas, como a prorrogação automática por 90 dias das apólices de Transportes e a revisão do clausulado de Vida em Grupo.



A pandemia de covid-19, causada pelo vírus SARS-CoV-2, ou novo coronavírus, obrigou as empresas a se adequarem a uma nova realidade. Na Seguros SURA não foi diferente. Diante da crise, que ainda enfrentamos, tivemos de adotar medidas para minimizar o impacto do distanciamento social. Por isso, alteramos processos internos, ajustamos nossos produtos e implementamos ações de solidariedade.

### Adequação das Soluções SURA durante a pandemia

Para apoiar nossos clientes durante a pandemia, ajustamos nossas soluções de Seguro de Vida e Seguro de Transportes:

#### Seguro de Vida

- Inclusão dos casos relacionados à covid-19 no Seguro de Vida em Grupo.
- Ação em apoio aos entregadores de delivery: nova cobertura para os segurados que desenvolvem atividades de entregas pelos aplicativos que são detentores das coberturas do Seguro de Acidentes Pessoais.

#### Seguro de Transportes

- Prorrogação automática de todas as apólices.
- Serviço de proteção à carga para motoristas segurados que testarem positivo para covid-19.
- Isenção da cobrança de prêmio para mercadorias como álcool em gel, máscaras e respiradores hospitalares.

# Ações realizadas pela SulAmérica durante a pandemia

A SulAmérica é uma gestora de Saúde Integral, na qual as saúdes física, emocional e financeira andam em equilíbrio, para que todos os clientes possam escolher aquela opção que melhor se encaixa em seu momento de vida, seja ele pessoal ou financeiro. A SulAmérica é uma companhia que trabalha sete dias por semana, 24h por dia, para tratar e cuidar das pessoas no momento em que elas mais precisam. A ideia é ajudar as pessoas a serem felizes, por isso, para que isso ocorra, é necessário ter um equilíbrio entre estas três frentes (saúde física, emocional e financeira).

A SulAmérica, como gestora da Saúde Integral de milhões de pessoas no país, adotou uma série de medidas desde o início da pandemia com um norte bem claro: preservar a segurança, saúde e o bem-estar dos colaboradores, clientes, prestadores e os corretores de seguros. A companhia já investia no home office e home work há bastante tempo, pois desde 2014 essa já era uma realidade na empresa. Até fevereiro de 2020, período pré-pandemia, 2.164 colaboradores estavam trabalhando de casa de uma a duas vezes por semana, ou seja, 40% do efetivo total, na época.

Além disso, mais de 200 operadores de call center também estavam em regime de home work (já foram contratados nesse regime). Com isso, o processo de colocar todo o time de trabalho em casa durante a pandemia foi acelerado. A área de Capital Humano realizou um excelente trabalho em termos de comunicação interna, informando os colaboradores de to-

das as ações que a SulAmérica tomou ao longo de todo o período, como engajamento e mensuração dos índices de produtividade, por exemplo.

Cronologicamente o monitoramento começou a ser feito no dia 30 de janeiro de 2020, quando as notícias a respeito da Covid-19 começaram a aumentar. Em 27 de fevereiro a companhia intensificou o acompanhamento, logo após a confirmação do 1º caso da doença no Brasil. No dia 13 de março foi criado um comitê de crise para avaliar, diariamente, a situação da pandemia e a relação dela com todos os colaboradores. Em 27 de março, 99,7% da empresa em todo o Brasil estava em home office, com a central de atendimento trabalhando 100% de casa.

Ao longo da pandemia, que ainda não terminou, a SulAmérica produziu e disseminou diversos conteúdos informativos sobre a Covid-19. A jornada de coordenação do cuidado dos beneficiários também foi reforçada com novos serviços, como triagem por aplicativo e por WhatsApp para suspeitas de Covid-19, além de uma central telefônica exclusiva, bem como um site focado com informações sobre a doença. A companhia também firmou parcerias com mais de 30 hospitais para fast track no pronto atendimento aos beneficiários.

A SulAmérica também uniu esforços com outros parceiros do setor de saúde para contribuir com a sociedade brasileira de forma mais ampla, como o apoio para reforma de leitos da Santa Casa de Misericórdia de São Paulo, para a construção de um hospital de campanha no Rio de Janeiro, para pesquisas da Fiocruz e para a compra de EPIs para profissionais da saúde, além de doações emergenciais em dinheiro para campanhas de combate ao novo coronavírus.



Sede da SulAmérica em São Paulo.

# Tokio Marine:

## Preservar vidas é o nosso foco

### Foco na proteção de todos

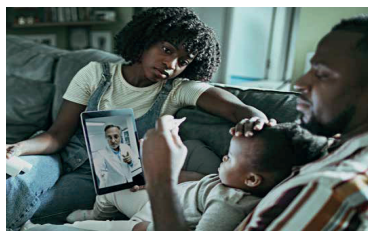
Desde o início da pandemia, a Tokio Marine adotou uma série de medidas para preservar a saúde de seus Colaboradores, Corretores, Assessorias e Clientes. Graças ao Plano de Continuidade de Negócios e à uma sólida infraestrutura de tecnologia, foi possível estabelecer o trabalho remoto de todo o time, mantendo os mesmos índices de produção e a excelência na prestação de serviços, mesmo à distância. “Desde o decreto de pandemia de Covid-19

pela Organização Mundial de Saúde (OMS), os Corretores e Assessorias têm dado uma demonstração inequívoca da força do setor de seguros, buscando novas oportunidades de negócios, mesmo diante das dificuldades impostas pelo distanciamento social. E nós não medimos esforços para oferecer as ferramentas para que os nossos Parceiros possam dar continuidade às vendas com segurança”, afirma o Diretor Comercial Varjo Sul, Rogério Spezia.

## Iniciativas de flexibilização de processos

No ano passado, entre as medidas implementadas na Carteira de Massificados, por exemplo, implementamos inspeções remotas e vistorias digitais em caso de sinistros. A Companhia ainda determinou que para renovações fosse mantido o preço da apólice anterior, ou o valor da cotação atual, caso ele fosse menor nos produtos Auto, Residencial e Condomínio, com o objetivo de contribuir com o planejamento financeiro dos Segurados.

Na Carteira de Produtos PJ, alteramos as regras de dispensa de inspeção para o Seguro Empresarial, além de ampliarmos os recursos digitais que permitiram a realização de inspeções remotas de risco. Isso foi possível por meio de chamadas de vídeo agendadas previamente por WhatsApp, Facetime ou Skype entre o Cliente e o Inspetor. Com essa iniciativa, a Companhia oferecia flexibilidade ao Corretor, permitindo que ele atendesse o Cliente de forma segura e respeitando a necessidade de isolamento social.



**SEGURO  
TOKIO MARINE  
VIDA INDIVIDUAL**

**Com telemedicina 24h.  
Ofereça mais essa facilidade  
para os seus Clientes.**

Uma Seguradora  
completa pra você  
ir mais longe.

 **TOKIO MARINE  
SEGURADORA**  
NOSSA TRANSPARÊNCIA, SUA CONFIANÇA

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



## A seguradora Zurich, atuando com responsabilidade e colaboração, destinou mais de R\$ 9 milhões para enfrentar a pandemia do coronavírus no Brasil.

Desde o início da pandemia, a seguradora Zurich e a fundação de caridade Z Zurich Foundation, juntamente com a Zurich Santander, direcionou mais de R\$ 9 milhões em doações para diferentes ações ligadas ao combate a Covid-19 no país. Foram diversas iniciativas relevantes que contribuíram para o enfrentamento do coronavírus.

### Conheça algumas ações do combate ao coronavírus

#### R\$ 3,5 milhões

Estruturação de leitos de UTI e de enfermaria que criou um centro de tratamento de casos de coronavírus no Hospital das Clínicas da Faculdade de Medicina da USP.

#### R\$ 1,6 milhão

Doação de 16 mil cestas básicas para mais de 4 mil famílias paulistas utilizarem em supermercados, e que contou com o apoio operacional do grupo Sodexo.

#### R\$ 2 milhões

Compra de 1 milhão de EPIs para os 1.500 profissionais de saúde do Hospital Delphina Rinaldi Abdel Aziz, de Manaus, que atendem pacientes com Covid-19.

#### R\$ 2 milhões

Compra de 110 mil testes rápidos para a detecção da doença no país para a Fundação Oswaldo Cruz, por meio do programa “Unidos Contra a Covid-19”.



A seguradora Zurich não poupou esforços para reduzir os danos causados pela Covid-19. Ao unir forças com a Z Zurich Foundation e a Zurich Santander para enfrentar a pandemia gerada pelo coronavírus foi possível realizar inúmeras ações de combate à Covid-19. Com iniciativas rápidas, buscou-se minimizar os riscos presentes e futuros para milhares de pessoas.

Foram direcionados, por exemplo, R\$ 2 milhões para a Fundação Oswaldo Cruz, por meio do programa “Unidos Contra a Covid-19”, para a compra de 110 mil testes rápidos para a detecção da doença no país.

Outra importante iniciativa para fortalecer o sistema de saúde na cidade de São Paulo foi o aporte de R\$

1,5 milhão para a expansão de 90 leitos de UTIs nos hospitais públicos Vila Santa Catarina e M’Boi Mirim.

A doação de sete miniusinas de oxigênio para hospitais do Amazonas também foi um marco para combater a pandemia. Com o apoio da Ong União BR, as miniusinas serão capazes de fornecer oxigênio para 28 leitos por 365 dias.

Essas foram algumas medidas tomadas em resposta emergencial à Covid-19. Por meio de ações coordenadas e efetivas, foram alcançados resultados significativos no combate à pandemia. O mundo precisa de mais ações, não apenas palavras. Esse são exemplos claros do propósito da Zurich que é criar juntos um futuro melhor.

# Conheça as principais empresas associadas que integram o quadro associativo do SindsegSC


















## CONTATE-NOS



(47) 9 9124 3509



(47) 3322 6067





SindsegSC



SindsegSC



Canal SindsegSC



[sindsegsc.org.br](http://sindsegsc.org.br)

Rua XV de novembro, 550 - Sala 1001 - CEP 89010-901 - Blumenau-SC

[gerencia@sindsegsc.org.br](mailto:gerencia@sindsegsc.org.br)