




# em REDE

Newsletter da CESCE  
para Corretores  
de Seguros



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




**BEST PRACTICES**

*Normelio Bento Castoldi,  
Sócio-técnico na  
Conexo Corretora  
de Seguros*



**ASSIM SOMOS**

*Luciana Brajterman,  
Superintendente  
de Marketing,  
Comunicação e Vendas*



**MANAGEMENT**

*Benefícios de ser uma  
empresa solidária*

**Continuamos ao seu serviço**

BEST  
PRACTICES

em  
REDE



ENTREVISTA

## NORMELIO BENTO CASTOLDI

Sócio-técnico na Conexo Corretora de Seguros

**“Nossa prospecção é principalmente para o mercado externo, e muitas vezes são empresas que ainda estão consolidando a sua carteira”**

É Sócio-técnico na Conexo Corretora de Seguros, graduado em Administração pela UPF, com especialização em Inovação e Empreendedorismo pela Univates, habilitado como Corretor de Seguros - Todos os Ramos. Foi funcionário do Banco do Brasil onde além de outras funções exerceu o cargo de Gerente de Agência e de Educador Corporativo pela UNIBB.

**Quando foi criada a Conexo? O que motivou a Conexo a trabalhar com o seguro de crédito?**

A Conexo foi criada em 2015. Eu já possuía a Certificação para atuação no mercado de Seguros desde o ano de 1996, porém não podia atuar por conflito de interesse com meu trabalho, no setor financeiro (Banco do Brasil). Em 2015 me aposentei, e pude

levar adiante meu projeto de ter uma corretora de seguros.

Desde o início tivemos como objetivo atuar em nichos diferenciados, e o Seguro de Crédito surgiu por demanda de um cliente, uma fumageira. A partir daí fomos nos aprofundando no conhecimento do produto, buscando uma qualificação cada vez maior, e o foco da Conexo hoje é praticamente 100% voltado para o Seguro de Crédito.

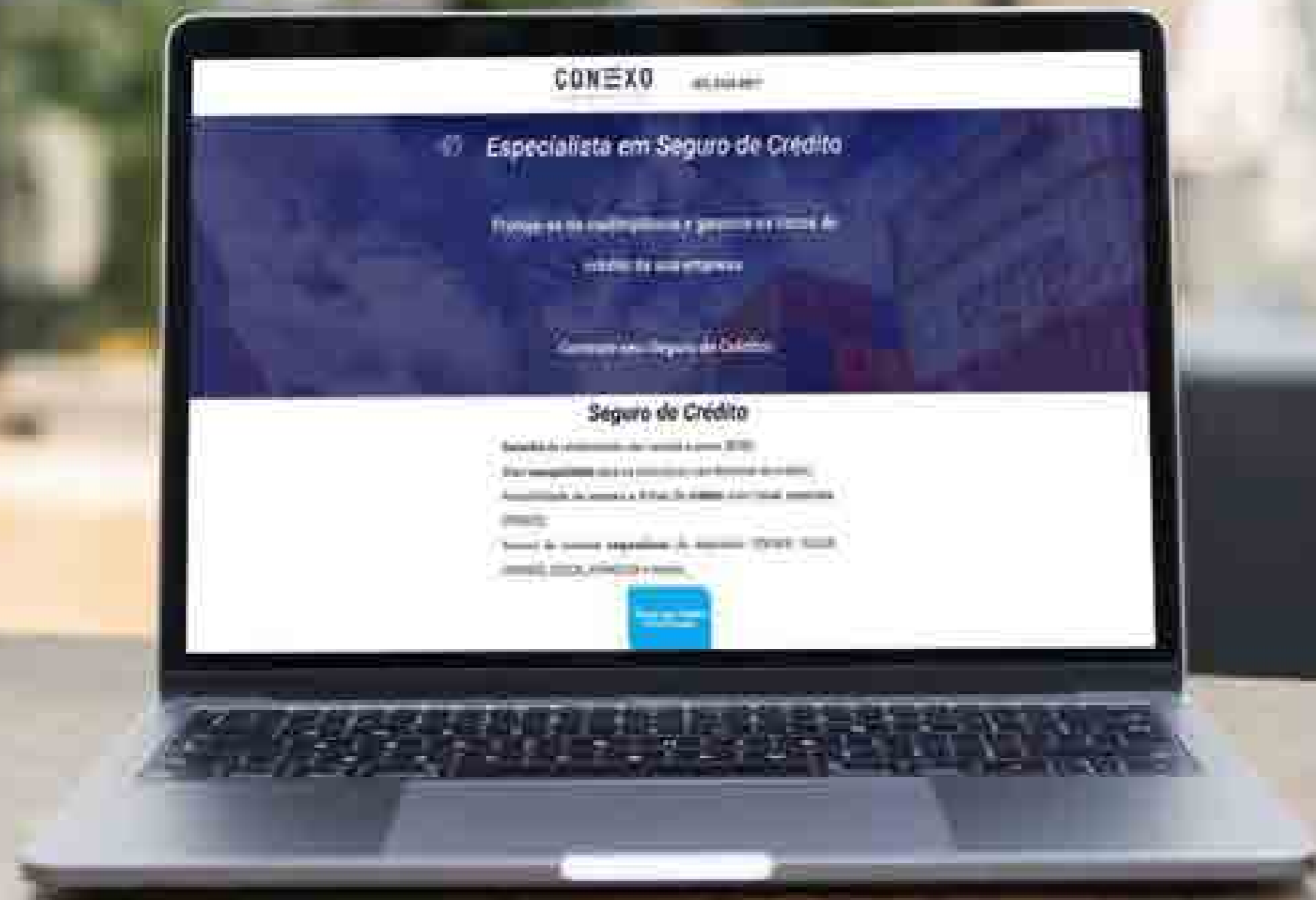
**Como você avalia as soluções e os serviços que a CESCEBRASIL oferece ao mercado?**

A CESCEBRASIL nos ajuda muito pela flexibilidade. Nossa prospecção é principalmente para o mercado externo, e muitas vezes são empresas que ainda es-

BEST  
PRACTICES

em  
REDE

"Procuramos estar sempre acompanhando os movimentos realizados pela empresa, atentos às suas necessidades e dar a maior celeridade possível para as suas demandas."



**NORMELIO BENTO CASTOLDI**

tão consolidando a sua carteira, sem uma quantidade expressiva de clientes ou um volume muito grande de faturamento. Através da CESCEBRASIL encontramos maiores facilidades para atender a esses clientes. O sistema diferenciado de precificação da CESCEBRASIL também é um estímulo para o próprio cliente buscar uma melhor qualificação de sua carteira.

#### **Quais as ações tomadas para a Conexo manter um serviço de qualidade e a satisfação dos clientes?**

Proximidade, disponibilidade e agilidade. Procuramos estar sempre acompanhando os movimentos realizados pela empresa, atentos às suas necessidades e dar a maior celeridade possível para as suas demandas. Olhamos para o objetivo final do segurado, que é o incremento de seu faturamento

com o máximo de segurança, e neste aspecto ele precisa enxergar o Seguro de Crédito como uma ferramenta eficaz na alavancagem de negócios saudáveis para a sua empresa.

#### **Com os impactos econômicos causados pela pandemia, você acredita que as empresas estão mais atentas e receptivas para a utilização do Seguro de Crédito no longo prazo?**

Tenho certeza que sim. A pandemia trouxe uma série de problemas para o mundo, tanto para as pessoas em particular como para as empresas de forma geral. Mas todas as coisas tem seu lado bom também, e neste sentido a pandemia pode tornar as empresas mais fortes para atuar em um ambiente de incertezas, que ficou muito bem assinalado nesta situação. Talvez da pior forma, a pandemia evidenciou a necessidade de se buscar mitigadores de risco e a proteção mais adequada para este tipo de cenário. Neste aspecto o Seguro de Crédito passou a ser uma alternativa de solução bastante relevante e na minha opinião a mais viável para as empresas.

BEST  
PRACTICES

em  
REDE

CONEXO

ESPECIALIZADA EM  
Seguro de Crédito

### Quais as perspectivas para ampliar a base de clientes no seguro de crédito e difundi-lo no mercado brasileiro, principalmente no Rio Grande do Sul, onde a Conexo está presente?

A perspectiva da Conexo sempre foi muito realista: crescimento gradual e consistente. Este produto não permite você imaginar um crescimento rápido da base, como seguro auto, seguro de vida, ou outros tipos de seguros já mais popularizados. Uma das principais razões para isto é que o Seguro de Crédito é ainda muito pouco conhecido das empresas, e o tempo de maturação das negociações normalmente é bastante longo. Desta forma foca-

mos no crescimento a partir de duas óticas: primeiro, ajudar o nosso segurado a aumentar o seu faturamento, com o consequente aumento de volume das apólices; segundo, o aumento da base através dos novos contatos. A prospecção de novos clientes depende muito de boas estratégias, que a própria experiência vai nos ajudando a encontrar o melhor caminho, mas sem dúvida a indicação é a mais efetiva. Neste ponto eu vejo que as seguradoras podem desempenhar um papel importante no fortalecimento dos corretores que se dispõem a atuar neste segmento, orientando para os mercados com mais propensão de consu-

mo e, porque não, direcionando para o corretor as demandas recebidas na seguradora, como acontece com praticamente todos os demais segmentos de seguro.

Acredito muito no Seguro de Crédito, tenho uma satisfação muito grande em acompanhar a evolução no faturamento dos clientes que utilizam a ferramenta e vejo que há ainda um espaço muito grande para o crescimento deste produto no Brasil, onde a cultura do Seguro de Crédito ainda está bastante distante de países com economia mais avançada. Mas vamos chegar lá!



## PERFIL

Conexo Corretora de Seguros: com sede em Lajeado RS, fundada em 2015 e focada em Seguro de Crédito, tem seu âmbito geográfico de atuação concentrado na região Sul do Brasil, em especial o Rio Grande do Sul. Ajudamos empresas a garantir as suas vendas a prazo (B2B) - Mercado Externo e Mercado Interno.

**NORMELIO BENTO CASTOLDI**



TENDÊNCIAS

em  
REDE

# A Inteligência Artificial no setor dos seguros


As restrições à mobilidade e à reunião resultantes da pandemia puseram à prova o setor segurador que, tal como tantos outros, teve de se reinventar de um dia para o outro. Depois de superar isso com sucesso notável, o setor enfrenta um futuro em que as tecnologias continuarão a ter um papel fundamental, existindo uma clara aposta na Inteligência Artificial.


Embora o desenvolvimento da aplicação da tecnologia no setor fosse uma realidade antes da crise na saúde, está agora a emergir como um auxílio essencial para reduzir este impacto. A IA, em particular, consegue melhorar a sua capacidade de resposta, agilizar procedimentos e evitar erros na atividade. O terreno de teste que significaram os meses de confinamento dissipou qualquer desconfiança e, assim, de acordo com uma pesquisa de tendências realizada pela GlobalData, conclui-se que 80% dos executivos da área de seguros reconhecem esta tecnologia como uma aju-


da essencial durante a pandemia, pelo que os gastos do setor em plataformas de Inteligência Artificial vão crescer para atingir os 3,4 bilhões de dólares em 2024, partindo já de 1,2 bilhão em 2019. Isto representará uma taxa de crescimento anual de 23%.


A utilização de IA na indústria não se limita, como nos seus primórdios, ao atendimento ao cliente, e, com o passar do tempo, destacamos outras fases do negócio, como no desenvolvimento de produtos, na elaboração de perfis de risco e na modelagem de aprendizagem automática.


## ALGUMAS VANTAGENS DE USAR A IA

 **Economia de custos.** Os algoritmos da IA ajudam a ajustar orçamentos, antecipar algumas despesas e fazer uso eficiente dos recursos da empresa.

 **Identificação de irregularidades.** Graças à automatização dos processos, podem ser identificados erros nos procedimentos e até tentativas de fraude.

 **Fidelização do cliente.** A IA consegue analisar e prever as necessidades dos utilizadores, e até recomendar o produto que se adequa às suas exigências ou prever os que são mais propensos à desistência. Toda esta informação é vantajosa quando se trata de criar uma estratégia de retenção.

 **Análise de mercado.** O estudo do comportamento dos preços no mercado pode ajudar-nos a melhorar a nossa posição competitiva e a acrescentar valor à nossa atividade profissional.

 **Trabalho de campo.** A IA já é utilizada em muitos países para realizar processos de estimativa de danos à distância, acelerando a liquidação de sinistros e reduzindo o tempo de resposta das seguradoras.



ASSIM SOMOS

em  
REDE

ENTREVISTA

**LUCIANA BRAJTERMAN**

Superintendente de Marketing, Comunicação e Vendas

## “A parceria com os corretores é muito importante para desbravar e consolidar as oportunidades promissoras de negócios no mercado brasileiro”

### Qual o cenário atual do Seguro de Crédito no Brasil?

Em períodos de crise econômica, a percepção de risco fica mais evidente. A pandemia reforçou, portanto, a procura pelo Seguro de Crédito, uma vez que aumentou a necessidade das empresas de se protegerem de uma eventual inadimplência das vendas a prazo e de exportarem com a segurança de que irão receber. Em 2020, houve um crescimento de aproximadamente 30% em prêmio em relação ao ano de 2019, porém, ainda assim, pode-se dizer que o produto é pouco difundido no mercado brasileiro. Estima-se que o mercado tem aproximadamente mil apólices vigentes e, segundo a Fenacor – Federação Nacional dos Corretores de Seguros, há cerca de 93 mil corretores ativos no Brasil, sendo que especializados em Seguro de Crédito não devem chegar a 0,02%. A CESCEBRASIL sempre priorizou o relacionamento

com o corretor e identificou a necessidade de focar também nos corretores não especializados, pois acreditamos que eles são fundamentais para apoiar e ampliar a cultura do Seguro de Crédito.

### Houve um maior interesse pelo Seguro de Crédito por parte dos corretores durante este período de pandemia?

Sim, sem dúvida. Principalmente o corretor que não é especializado em Seguro de Crédito, que passou a ser demandado por alguns de seus clientes para buscar esta modalidade para mitigar o risco de perdas neste momento de incertezas econômicas. Além disso, esse corretor também identificou como oportunidade de negócios acrescentar mais um produto em seu portfólio, ampliando, assim, a sua oferta de soluções para sua carteira de clientes que não conheciam ainda o produto, além de atrair novos clientes.



ASSIM SOMOS

em  
REDE

**Quais as ações que a CESCEBRASIL está realizando para apoiar o corretor não especializado no seguro de crédito?**

A CESCEBRASIL tem uma visão de parceria de longo prazo com o corretor, seja especializado ou não em Seguro de Crédito. Mas para corretores que não tem essa *expertise*, oferecemos treinamentos tanto para equipes como individualmente. Antes da pandemia o treinamento era de forma presencial e atualmente, para continuar a atender a demanda, passamos para o modo *on-line*, municiando o

corretor com argumentos comerciais e técnicos e apontando os diferenciais dos produtos e das soluções da CESCEBRASIL.

Apoiamos o corretor na identificação de oportunidades de negócios em seu portfólio de clientes e colocamos a equipe comercial à disposição para acompanhar os corretores em *calls* e reuniões virtuais com seus clientes para esclarecimentos de dúvidas, apresentação da oferta e do estudo de crédito. Após a contratação da apólice, o corretor também tem acesso à

plataforma digital CESNET para acompanhar a apólice e também conta com o apoio da equipe de Atendimento ao Cliente, que oferece todo o suporte para o dia a dia da gestão da apólice. Ou seja, o corretor sente-se amparado pela equipe da CESCEBRASIL, seja na etapa inicial da negociação, seja após a contratação.

**O que você diria para o corretor que quer iniciar a trabalhar com o Seguro de Crédito?**

Temos um país de dimensão continental e consideramos que a par-

" A pandemia reforçou a procura pelo Seguro de Crédito, uma vez que aumentou a necessidade das empresas de se protegerem de uma eventual inadimplência das vendas a prazo e de exportarem com a segurança de que irão receber."



ASSIM SOMOS

## em REDE

ceria com os corretores é muito importante para desbravar e consolidar as oportunidades promissoras de negócios no mercado brasileiro. Há ainda, em número de apólices e volume de prêmio, um potencial muito grande de crescimento e o corretor pode contar com o apoio da equipe da CESCEBRASIL e com os nossos produtos e serviços diferenciados do mercado: agilidade na análise de crédito, taxas variáveis, menor prazo para a indenização, além de uma área de atendimento ao cliente.

Outro ponto importante para os corretores considerarem é o fato de

que o índice de renovação da apólice é elevado, pois após o primeiro ano de vigência, o segurado passa a ter uma compreensão maior de que o Seguro de Crédito é uma ferramenta importante para mitigar os riscos da inadimplência e alavancar vendas. Além disso, a empresa passa a ter a percepção de que esta solução é relevante como ferramenta de gestão de riscos de crédito pois além de fazer a análise de crédito, garante o monitoramento do mesmo.

### **Qual foi o lado bom da crise para o seguro de crédito?**

As empresas sofreram, aprenderam e tiraram importantes lições com a crise. Não querem mais estar sozinhas em seus processos de venda e estão mais receptivas em contar com uma seguradora especializada. Acredito que a tendência de um mundo pós-covid, por parte das empresas, é um maior interesse e demanda pelo produto, o que irá fortalecer cada vez mais o mercado do Seguro de Crédito.



## PERFIL

Luciana Brajterman é graduada em Relações Internacionais, certificada em Marketing Communications pela University of California, Irvine; com MBA em Marketing pela FIA – USP e extensão internacional pela Columbia University, NYC. Em 2001, iniciou sua carreira em seguros na SBCE – Seguradora Brasileira de Crédito à Exportação e, em 2008, ingressou na CESCEBRASIL como Gerente Comercial e atualmente é Superintendente de Marketing, Comunicação e Vendas.



MANAGEMENT


em  
REDE





## Benefícios de ser uma empresa solidária

A Responsabilidade Social Corporativa passou de ser uma unidade isolada nas empresas a ser um elo infalível na sua filosofia. Ser uma empresa solidária e responsável é, por si só, um objetivo a conseguir, por meio da realização de pequenas ações que têm grandes consequências para a sociedade. Porém, é também a alavanca de uma mudança que pode afetar, de forma muito positiva, os trabalhadores e o desenvolvimento de uma empresa.


Os programas de RSC concentram-se essencialmente em três domínios:


 **AMBIENTAL.** Com campanhas focadas no exterior (plantação de áreas verdes, limpeza de áreas naturais, etc.) e ações de transformação interna (rede de reciclagem, arquitetura de sustentabilidade, etc.).


 **FILANTRÓPICO.** Apoio e divulgação de organizações não governamentais, com contribuições financeiras, em espécie ou como voluntariado.


 **LABORAL.** Adoção de políticas que melhorem a qualidade de vida dos trabalhadores.


Alguns dos efeitos positivos de uma empresa solidária são:


 **MELHORIA DA IMAGEM CORPORATIVA.** A reputação da empresa é vista a partir do seu compromisso com o bem-estar e o benefício comum, com uma visão que vai além do seu próprio crescimento.

 **MAIOR TRANSPARÊNCIA E CREDIBILIDADE.** A implementação de boas práticas mostra aspectos do negócio que geralmente não são conhecidos.

 **MAIS EMPENHO E LEALDADE DOS TRABALHADORES.** Uma estrutura de RSC melhora significativamente o ambiente de trabalho, gerando empatia nos colaboradores, o que origina mais produtividade, lealdade, assim como retenção e atração de novos talentos.

 **EFICIÊNCIA ENERGÉTICA E ECONOMIA DE CUSTOS.** A sustentabilidade, a utilização dos recursos naturais e a redução dos resíduos representam um investimento que, a curto prazo, gera benefícios económicos.

 **FIDELIZAÇÃO E AQUISIÇÃO DE CLIENTES.** Os clientes e colaboradores apostam primeiro nas entidades que admiram e cujos trabalhadores os fazem sentir em sintonia com as suas aspirações pessoais.

 **BENEFÍCIOS FISCAIS.** As empresas podem deduzir uma percentagem significativa destas doações, que aumenta com os anos de participação.



PRODUTO

# CESCE MASTER OURO

Uma proposta  
de valor única



## O QUE É?

A única solução flexível que permite aos clientes a gestão dos riscos de crédito e a otimização de seu orçamento.

## TUDO ISSO MEDIANTE

**GERENCIAMENTO DE RISCOS**  
Sistema Inovador de controle e monitoramento da sua carteira de clientes.



**COBERTURA DO RISCO**  
Pay Per Cover y Full Cover.



VER VÍDEO



**FINANCIAMENTO**  
Certificados de Seguro



VER VÍDEO



**PROSPECÇÃO DE MERCADOS**  
A ferramenta mais completa para a busca de novos clientes.



VER VÍDEO



VER VÍDEO

ARQUIVO

em  
REDE



Em Rede #1



Em Rede #2



Em Rede #3



Em Rede #4



Em Rede #5



Em Rede #6



Em Rede #7



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

