



A diretoria da ABGR: Jabor Descio Sobrinho, diretor financeiro; Cristiane França Alves, presidente; Jorge Luzzi, presidente do conselho; Ida Patrícia de Sá, 2ª diretora vice-presidente; Rodrigo Paiva Ávila, 1º vice-presidente; Marcelo D'Alessandro, diretor administrativo executivo

A Associação Brasileira de Gerência de Riscos (ABGR), entidade sem fins lucrativos que reúne os grandes risk managers às grandes seguradoras, anunciou oficialmente nesta quinta-feira, 12 de setembro, na Sociedade Hípica Paulista, o lançamento da EXPO ABGR 2019, maior evento do setor na América Latina, e suas novas oportunidades de patrocínio.

Na ocasião, foram anunciadas também as ações que irão oxigenar os processos internos da ABGR, aproximá-la ainda mais dos players da área de seguros, resseguros e corretagem, e internacionalizar os padrões do setor.

A atual presidente da ABGR, Cristiane França Alves, afirma que a ideia com o reposicionamento é estarem mais próximos dos gestores de riscos e mais atualizados com os temas que estão em voga. “Estamos com um olhar mais 360º, pensando no meio-ambiente, no social, e não só economicamente”, completa, dizendo que os seguros não mudam, mas o olhar e o cuidado que antes não eram tidos como prioridades, agora são.

As inovações preparadas para a EXPO ABGR 2019 mostram que esse discurso já está sendo colocado em prática. As mudanças também buscam o alinhamento dos valores da entidade às 17 metas para o desenvolvimento sustentável estabelecidas pela ONU para a segurança do planeta. Entre as novidades apresentadas, estão as novas cotas de patrocínio, que trazem consigo inovações tecnológicas aliadas a oportunidades de negócios. A principal delas será a Platinum, cujo patrocinador terá a exclusividade de ser o grande anfitrião do evento, seguida pela Gold.

Quem explicou todos os detalhes foi a diretora executiva da Bethe B Comunicação, empresa contratada para reformular e produzir o evento, Izabel Barbosa. “Os patrocinadores poderão optar por cotas para estruturas específicas do evento, desde as mais tradicionais de bolsa e credenciamento, até estações para carregamento de smartphones e tablets, estações de hidratação, áreas dedicadas a reuniões, sala para almoços de negócios customizadas, WI-FI para os participantes e muito mais”, listou.

“As novidades também contemplam um aplicativo desenvolvido para manter o público atualizado, a REVIEW EXPO ABGR 2019 - uma revista que traduzirá o melhor do evento, e um painel digital aéreo, que será o coração da EXPO. A ficha de reserva de patrocínio já está disponível e pode ser preenchida e encaminhada até o dia 20 de setembro”, explica Izabel Barbosa.

Renovação - Rodrigo Paiva Ávila, 1º vice-presidente da instituição, que assume a presidência em 2020, último ano da atual diretoria, faz coro para a importância das mudanças: “temos uma equipe nova, com novas mentalidades e novos perfis. O próprio evento ressurgiu com uma pegada mais sustentável e tecnológica porque é o que o mercado e os associados pedem”.

A expectativa de público para o evento deste ano, que acontece no World Trade Center São Paulo, nos dias 12 e 13 de novembro, é de mais de 3 mil pessoas ao longo do XIII Seminário Internacional da ABGR (que continua a existir, porém com mais assertividade no temário e na abordagem do conteúdo) e da feira de negócios EXPO ABGR 2019. No encontro, o público terá acesso total às principais seguradoras e corretoras da atualidade. “Conhecimento é um dos pilares para formar bons profissionais no mercado”, enfatiza Ávila.

Os ingressos para a EXPO ABGR 2019 custarão R\$100 para associados e R\$200 para não associados. Já para o XIII Seminário Internacional da ABGR, os valores serão de R\$1.600 para Associados e R\$ 2.000 para não associados. Para Marcelo D'Alessandro, diretor administrativo executivo da ABGR, a acessibilidade promovida aos profissionais do setor é um ponto alto. “A ABGR está saindo de uma postura considerada ‘para alguns’ e partindo para uma postura ‘para todos’”, coloca o executivo.

Nesta nova fase anunciada pela mesa diretora da instituição no coquetel, o evento aposta em modernização, acolhimento do associado e internacionalização de padrões. “O que a ABGR está fazendo não é nada diferente do que o universo está fazendo”, comenta Ida Patrícia de Sá, 2ª vice-presidente. “Hoje se fala muito em tecnologia, que mudou nosso comportamento, nosso jeito de comprar e fazer tudo. São muitas as mudanças que estão acontecendo e a intenção dessa nova diretoria é se preparar para elas”, enfatiza.

Para o diretor financeiro da ABGR, Jabor Descio Sobrinho, a expectativa para a EXPO ABGR 2019 é grande, e será atendida. “Esperamos que este 13º evento seja o maior da história da ABGR em todos os sentidos”, finaliza.

Segundo o presidente do conselho, Jorge Luzzi, com a presença de gerentes de riscos em sua diretoria executiva, a ABGR pode ajudar cada vez mais os seguradores e corretores a enxergarem as reais necessidades dos compradores de seguros. “Estamos lidando com riscos que não existiam dez anos atrás. Neles se encaixam os riscos cibernéticos, por exemplo, para o qual é possível realizar uma ação preventiva, ter cobertura de transferência de riscos, armar equipes”, destacou.

Representatividade - Estiveram presentes no coquetel representantes de grandes players do mercado de gerenciamento de riscos: grandes grupos de seguradoras, resseguradores e corretoras, entre os quais: AIG, Allianz, Mapfre, Generali, Liberty, Zurich, IRB, Willis, Marsh MDS, Lockton e gestores de risco de grandes empresas brasileiras, como CSN, Embraer e Suzano, além da imprensa especializada de seguros.

O diretor técnico para empresas da Mapfre, Jonson Marques de Souza, registrou o seu apoio: “Para nós, é muito importante estarmos inseridos num cenário onde há uma associação preocupada com a melhoria das práticas, e onde o segurado, nosso cliente, possa compartilhar conosco preocupações de manter o seu risco em condições de aceitação, de usabilidade e de negócio. Outro ponto é que nós, como seguradores, temos a oportunidade de entender as necessidades do cliente, pois muitas vezes desenvolvemos produtos e processos sem ter esse contato”, pontua e elogia Jonson, com sabedoria.

Fonte: VTN, em 16.09.2019