

REVISTA

SEGURO TOTAL

ANO XVI
Nº 169 - 2016
R\$ 20,00

PubliSeg
Editora Ltda

MOMENTO SEGURO

**PROGRAMA DE TV POR ASSINATURA
VISA CONSOLIDAR-SE COMO CANAL
DE DISSEMINAÇÃO DA CULTURA DO SEGURO**

JOSÉ FRANCISCO FILHO, APRESENTADOR E TONY AUAD, JORNALISTA

INFOSUSTENTABILIDADE: O que aconteceu em Mariana? Quais as lições que o evento catastrófico da cidade mineira nos deixa? Especialistas comentam.

Intercâmbio Esportivo
Gestão de Carreira Esportiva
Formação de atletas

GO!
GET OUT →



Informações:

(11) 2434-4252

info@getout.com.br

seja um sócio regional

(11) 2434-4252

Ano XVI | Edição Nº 169 | Mensal
www.planetaseguro.com.br

Rua Pamplona, 724
Conjunto 67 - CEP 01405-001
São Paulo - SP - Telefone: (11) 3884-5966

Editor

José Francisco Filho - MTb 33.063
francisco@revistasegurototal.com.br

Diretor Comercial

José Francisco Filho
francisco@revistasegurototal.com.br

Jornalista

Aurora Ayres - MTb 24.584
aurora@revistasegurototal.com.br

Redação

Giovanna Henriques
giovanna@revistasegurototal.com.br

Diagramador

Cleber F. Franciso
cleber.fabiano@gmail.com

Webdesigner

André Takeda
takeda@revistasegurototal.com.br

Executiva de Contas

Fernanda de O. e Oliveira
fernanda@revistasegurototal.com.br

Publicidade

Eduardo Oliveira

Foto de capa: IndiKaBem Produções

Produção de TV: IndiKaBem Produções



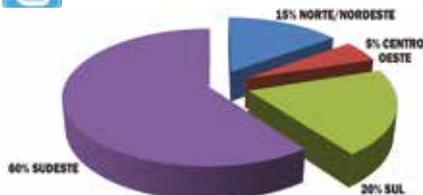
Portal Revista Seguro Total
www.planetaseguro.com.br



facebook.com/revistasegurototal



twitter.com/seguro_total



Os artigos assinados são de responsabilidade exclusiva dos autores, não representando, necessariamente, a opinião desta revista.

A gestão é o cerne de tudo

Conceitos de cidadania, segurança e qualidade de vida, seduzem qualquer tipo de consumidor nos dias de hoje. Cada vez mais exigente e bem informado, o cliente já sabe a resposta antes de se fazer a pergunta; ou seja, sabe mais do produto do que o vendedor ao entrar em um estabelecimento... Isso quando não efetua a compra de forma online. A saída para “agarrar” esse tipo de consumidor é o investimento, pois as novas gerações exigem novas abordagens. Leia sobre o assunto na seção CONSUMIDOR.

O consumidor sabe que é preciso se informar para escolher, é preciso se informar para questionar, para se proteger e para contratar ou comprar algum produto/serviço. Essas e outras questões foram debatidas durante o 4º Seminário Direitos & Deveres do Consumidor de Seguros, realizado recentemente em Porto Alegre (RS). O evento reuniu representantes do setor de seguros, de entidades de defesa e direito do consumidor e do Poder Judiciário para discutir a interação entre todos os elos da cadeia. Especialistas recomendam a criação de nova agenda de relacionamento com o consumidor. Leia matéria na seção EVENTO.

Erros de projeto, defeitos de execução ou nos materiais empregados em construções são alvos fáceis de fenômenos e eventos da natureza. A ciclovia Tim Maia, no Rio de Janeiro, é um exemplo. Um trecho de cerca de 20 metros desabou ao ser atingido por uma forte onda, em abril deste ano, apenas pouco mais de três meses após sua inauguração. Casos como esse poderiam ser evitados com a contratação do Seguro Decenal, produto trazido da Europa com a finalidade de ser também uma ferramenta auxiliar ao construtor para a melhoria da qualidade técnica na execução da obra, mitigando os riscos antecipadamente. Leia como funciona esse tipo de apólice em matéria da seção SEGURO DECENAL.

À deficiência do setor da construção civil no Brasil no entendimento da importância de uma boa gestão dos projetos a serem executados soma-se a imprevisibilidade de fenômenos da natureza, nem tão imprevisíveis assim, dependendo do local da construção. A seção INFOSUSTENTABILIDADE desta edição traz uma reflexão sobre o que o Brasil pode aprender com o catastrófico desastre ambiental ocorrido na cidade de Mariana (MG). Nosso país passa por gradual implementação do Seguro Ambiental; ainda na fase de conscientização sobre o tema. Estimativas apontam que cerca de 90% das mil maiores empresas no Brasil ainda não o contratam. Eventos como o de Mariana ressaltam a importância da contratação do Seguro Ambiental, e do gerenciamento de riscos por parte das empresas expostas a tais tipos de ocorrências.

Boa leitura!

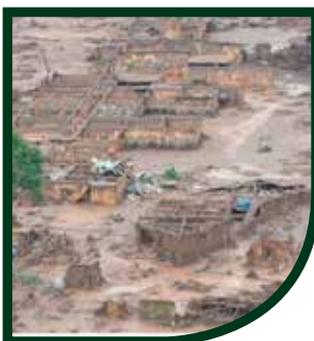
14 - CAPA

Saiba tudo sobre o Momento Seguro, programa de televisão a cabo lançado recentemente pela Revista Seguro Total



20 - INFOSUSTENTABILIDADE

O que aprender após a tragédia ocorrida em Mariana (MG) é tema analisado por especialistas da área de seguros e do meio ambiente



26 - EVENTO

4º Seminário Direitos & Deveres do Consumidor de Seguros enaltece fortalecimento do intercâmbio de informações entre elos da cadeia



30 - SEGURO DECENAL

Desabamento da ciclovia no RJ é exemplo de falta de proteção em construções. Decenal garante a cobertura de prejuízos por erros estruturais



6 - MURAL

32 - TECNOLOGIA

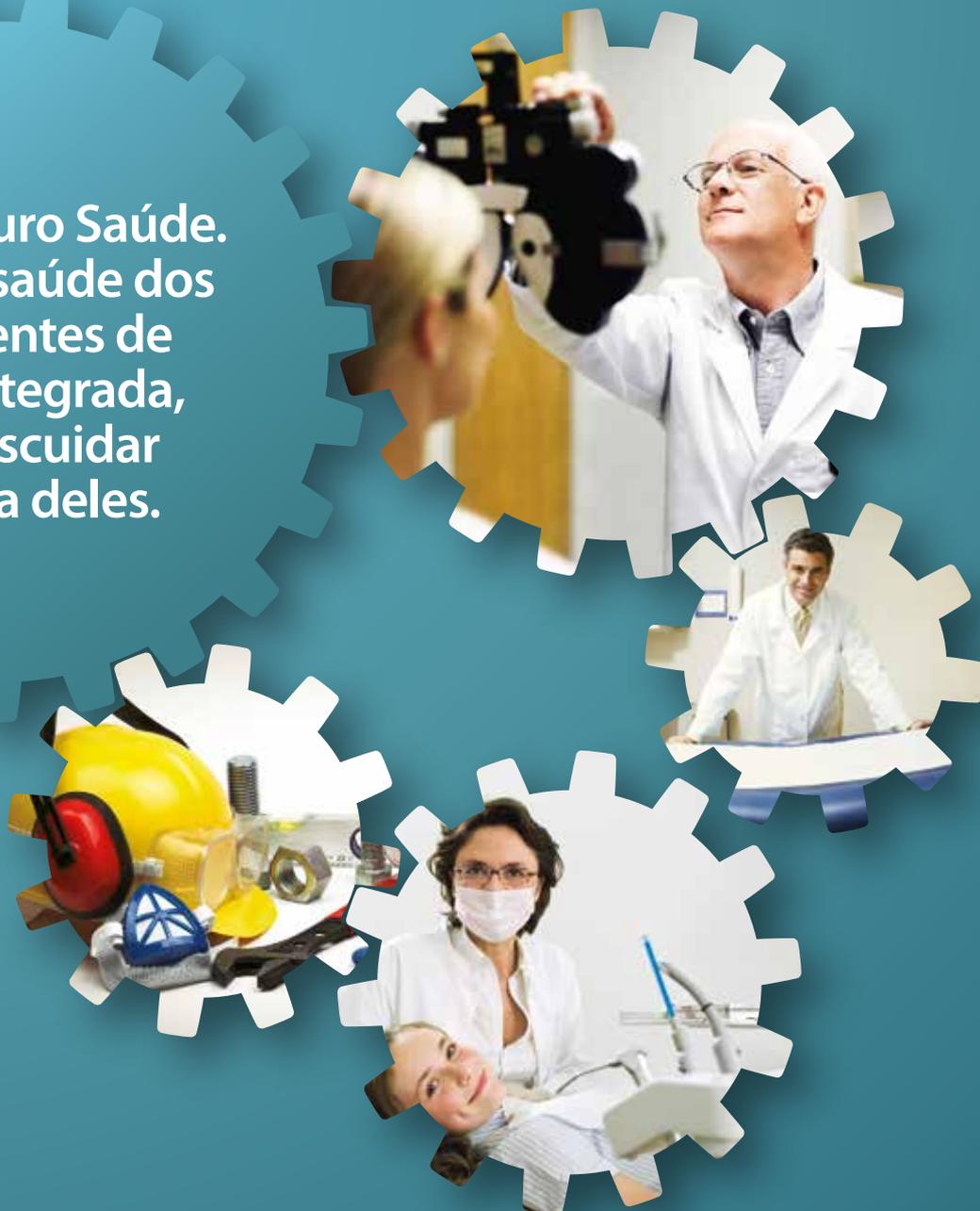
12 - ENTIDADES

34 - PESQUISA

18 - CONSUMIDOR

38 - GIRO DE MERCADO

Porto Seguro Saúde.
Cuida da saúde dos
seus clientes de
forma integrada,
sem descuidar
do caixa deles.



SAÚDE • SAÚDE OCUPACIONAL E SEGURANÇA NO TRABALHO • ODONTOLÓGICO • AMBULATÓRIO

O Porto Seguro Saúde facilita a gestão dos seus clientes de RH com produtos nas áreas de saúde, odontologia, ambulatório, saúde ocupacional e segurança no trabalho. Em cada um deles, oferece diferenciais como o Instituto de Promoção da Saúde, além de eficientes programas de melhoria da qualidade de vida. Com as soluções integradas da Porto Seguro, as empresas dos seus clientes vão contar com mais de 60 anos de experiência em cuidar bem de pessoas e patrimônios.

Para saber mais, consulte seu Corretor ou acesse www.portoseguro.com.br/saude.



**PORTO
SEGURO**
SEGUROS

92% dos empresários buscam capacitação em Compliance, aponta sondagem Amcham

Devido à alta demanda, entidade promoverá, em setembro, missão empresarial aos EUA com agenda em Nova York e Washington

A palavra de ordem hoje na maior parte das companhias é compliance. Empresas de todos os portes e segmentos estão correndo contra o tempo para estruturar programas de transparência nos negócios e adequação à nova lei anticorrupção. Sondagem da Amcham com 121 empresários levantou que 92% deles estão em busca de capacitação e melhores práticas na área. A maioria (72%) sinalizou que pretende buscar no mercado internacional casos de sucesso de companhias concorrentes ou do mesmo setor de atuação.

Devido à alta demanda, a Amcham realizará em setembro missão empresarial aos EUA, visando apresentar aos empresários brasileiros as principais iniciativas, tendências e melhores práticas desse assunto em grandes empresas e instituições

COMPLIANCE

americanas em Washington, DC e Nova York, NY. Com visitas programadas a importantes agências e empresas nos EUA, a delegação terá encontros de networking, capacitação e benchmark estratégicos.

A sondagem aplicada pela Amcham identificou que na lista de interesse das companhias aparecem temas como: fundamentos prioritários na execução de programas de integridade; ações de prevenção à fraude e relacionamento com fornecedores; e pilares de desenvolvimento de uma cultura interna ética com líderes e colaboradores em geral. A missão acontecerá de 10 a 16 de setembro e será destinada a empresários e executivos de qual-



quer segmento/porte que possuam alguma relação ou interesse nessas temáticas.

Informações e inscrições no missoes@amchambrasil.com.br / (11) 5180-3808

Jorge Luis Cazar, da Chubb, é eleito a “Personalidade do ano mais influente da América Latina” pela Reactions

Jorge Luis Cazar, presidente Regional da América Latina da Chubb, foi nomeado a “Personalidade do ano mais influente na América Latina”, na quarta edição do

prêmio Reactions América Latina. Pelo segundo ano consecutivo, Cazar recebe este prêmio, que, de acordo com a Reactions, “reconhece um indivíduo que deixou sua marca na América Latina e no setor de seguros e resseguros durante o ano anterior”.

O Prêmio Reactions América Latina, que reconhece os indivíduos e empresas que tenham feito a diferença em um dos mercados emergentes que mais cresce no mundo, foi entregue no dia 19 de maio em

um jantar de gala em South Beach, Miami.

Cazar tem mais de 25 anos de experiência na indústria de seguros, incluindo posições de liderança executiva e subscrição na América Latina e Ásia-Pacífico. Ele é o responsável geral pela administração e resultados empresariais de todas as operações da Chubb na América Latina, que inclui Argentina, Brasil, Chile, Colômbia, Equador, México, Panamá, Peru e Porto Rico.



Jorge Luis Cazar é eleito pelo segundo ano consecutivo

BMG Seguros é lançada com soluções corporativas para o mercado de seguros

Reforçando sua estratégia de negócios, o Banco BMG iniciou, em maio, as atividades da BMG Seguros e, com isso, passa a operar no mercado de seguros garantia com uma linha completa de produtos para a área corporativa. Segundo a empresa, a intenção é, por meio de um time de alto conhecimento técnico, oferecer soluções diferenciadas com agilidade e qualidade.

Para Antônio Hermann, presidente do Banco BMG, o lançamento reforça a estratégia atual da instituição, de abertura de novos negócios e ampliação do portfólio de produtos oferecidos a clientes do segmento empresarial. “Temos feito um trabalho intenso de qualificação da nossa atu-

ação junto ao segmento corporativo, acreditamos que a tradição e a solidez da nossa marca, presente há mais de 85 anos no mercado, podem contribuir para a criação de oportunidades e para o crescimento econômico do país”, afirma.

A BMG Seguros terá gestão própria e altamente qualificada, com profissionais que acumulam longa experiência no segmento de seguro garantia. No portfólio, contará com produtos de garantia judicial, financeira, imobiliária e de infraestrutura, entre outros. “Estamos falando de um mercado promissor e que passa por um momento de reinvenção. A BMG Seguros chega exatamente com esta proposta de utilizar o conhecimento técnico de



Jorge Sant'Anna, diretor-presidente da BMG Seguros

seus recursos humanos em busca de soluções que sejam inovadoras para os clientes”, comenta Jorge Sant'Anna, diretor-presidente da BMG Seguros.

Campanha da Liberty engaja mais de mil funcionários

Os funcionários da matriz e das filiais da Liberty Seguros de todo o país participaram, entre os dias 18 de abril e 13 de maio, de uma série de atividades promovidas pela com-

panhia por meio de sua campanha de voluntariado. A ação faz parte do programa Serve With Liberty, uma iniciativa da Liberty Mutual que incentiva os funcionários da seguradora em todo o mundo a participar de ações de voluntariado.

Mais de 1.100 voluntários contribuíram em ações como doações de itens como roupas, alimentos, livros e produtos de limpeza, doação de sangue e um mutirão de conscientização sobre o Zika vírus. Além disso, foram arrecadados R\$ 38 mil por meio da iniciativa “Doação em Dobro”, na qual a companhia dobrava

o valor da contribuição financeira de cada funcionário. Este valor será doado para ONGs parceiras em todo o Brasil.

A doação de sangue organizada em parceria com o Hospital Sírio Libanês, na matriz da Liberty Seguros, em São Paulo, arrecadou 90 bolsas de sangue e mais 60 voluntários foram encaminhados ao hospital para doações, totalizando mais de 130 bolsas arrecadadas. As filiais também contribuíram levando voluntários aos hospitais de suas cidades.

Na ação na biblioteca da ONG UNAS (União de Núcleos, Associações dos Moradores de Heliópolis e Região), que recentemente foi afetada por chuvas, 35 funcionários realizaram um mutirão para pintura e organizaram a doação de mais de 700 livros, que beneficiaram cerca de três mil pessoas. Além disso, os voluntários realizaram uma oficina de leitura para crianças da comunidade.



Colaboradores da Liberty participam de campanha de voluntariado

Telemetria vai mudar mercado de seguros em breve

Uso da telemetria para definir preços mais flexíveis e orientados ao desempenho dos usuários começa a mudar diversos setores no Brasil, como seguros, saúde, distribuição e logística. “No máximo em três anos, a telemetria será uma realidade nos negócios das seguradoras em nosso mercado”, prevê Rodrigo Ventura, executivo do gA para a área de Transformação Digital em Serviços Financeiros.

Hoje, nos Estados Unidos, Europa e Brasil todos os carros já saem de fábrica com a famosa porta OBD - (On-Board Diagnostic), um sistema de autodiagnóstico usado pelos mecânicos para identificar e corrigir falhas. E com os novos dispositivos acoplados aos sistemas internos, os carros conectados ganharam mais

tecnologia que os foguetes espaciais.

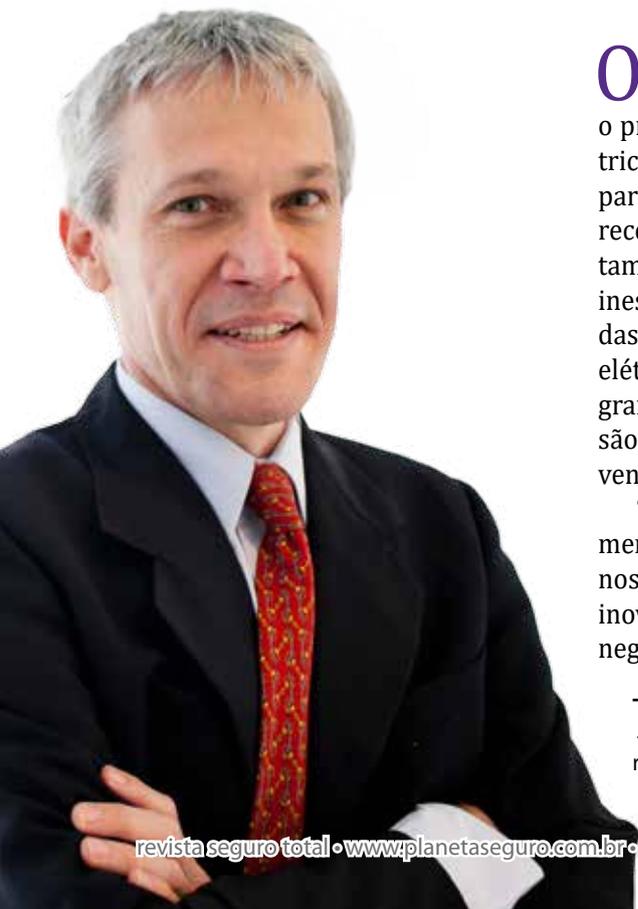
“A grande vantagem da telemetria para as seguradoras é poder elaborar estratégias mais rentáveis, ao separar o risco bom do ruim, bem como otimizar toda a cadeia de valor, já na entrada do novo cliente rigorosamente selecionado, na gestão do ciclo de vida da apólice, até a regulação de sinistros e fraudes. Através da individualização é possível elaborar ofertas comerciais agressivas para conquistar mais clientes com direção segura. Antes os critérios eram mais genéricos, baseados em médias, como faixa etária, filhos, distância do trabalho, garagem própria”, acrescenta o especialista do gA. Para os clientes, além do preço diferenciado, as vantagens incluem rastreamento e recuperação do au-

tomóvel roubado, localização mais rápida do guincho, acionamento de ambulâncias, entre outras.



Rodrigo Ventura, executivo do gA

Swiss Re oferece seguro paramétrico de índices climáticos



O seguro de índices climáticos da Swiss Re Corporate Solutions é o primeiro produto do tipo paramétrico oferecido no país. Ele é voltado para setores da economia que têm receitas e custos de operação diretamente impactados por variações inesperadas no clima, como é o caso das empresas de geração de energia elétrica com fonte renovável e dos grandes *players* do agronegócio que são afetados pelo regime de chuva, vento, sol e temperatura.

“Este é um produto pioneiro no mercado brasileiro e representa a nossa visão de desenvolver soluções inovadoras para as necessidades de negócio dos nossos clientes. É uma

nova forma de ajudar as empresas a minimizarem eventuais perdas em seus resultados financeiros diante de eventos climáticos imprevisíveis, como excesso ou ausência de chuva por exemplo”, afirma o diretor de seguros rurais da Swiss Re Corporate Solutions, José Cullen, que já estava à frente da área em 2010, quando a companhia trouxe o seguro agrícola de receita ao país, também de forma pioneira.

Os seguros de índices climáticos não somente contribuem para maior previsibilidade dos negócios das empresas, como também ajudam a melhorar a sua avaliação de crédito no mercado, uma vez que agências de *rating* avaliam melhor as companhias que se mostram mais resilientes a intempéries.

José Cullen, diretor de seguros rurais da Swiss Re

PortoCap Aluguel Caução. Agora, ficou mais fácil alugar um imóvel.



O **PortoCap Aluguel Caução** é um título de capitalização que seu cliente pode utilizar como alternativa na hora de alugar um imóvel comercial ou residencial, sem precisar de depósito caução ou cheques. Todo mundo que contrata tem vantagem.

A **imobiliária** não perde o negócio e reduz custos com despesas administrativas. O **proprietário** tem assegurado o recebimento dos aluguéis, até o limite do valor capitalizado. E o **inquilino** escolhe o imóvel que deseja e ainda tem benefícios exclusivos.

Para mais informações, consulte seu Gerente Comercial.
Saiba mais: portoseguro.com.br/capitalizacao



Informações reduzidas. Consulte as condições gerais e abrangência no site www.portoseguro.com.br/capitalizacao. É proibida a venda de Título de Capitalização a menores de 16 anos - Artigo 3,1, do Código Civil. Título de Capitalização emitido pela Porto Seguro Capitalização S.A. - PortoCap - CNPJ 16.551.758/0001-58 - Processos Susep: 15414.900238/2016-18 e 15414.900240/2016-97. A aprovação deste título pela SUSEP não implica, por parte da Autarquia, em incentivo ou recomendação à sua aquisição, representando, exclusivamente, sua adequação às normas em vigor, e, quando a venda for intermediada por corretor de capitalização. O consumidor poderá consultar a situação cadastral de seu corretor de capitalização no site www.susep.gov.br, por meio do número de seu registro na SUSEP, nome completo, CNPJ ou CPF.

A importância de possuir um seguro de Responsabilidade Civil



Atualmente, o Brasil possui uma frota com cerca de 70 milhões de automóveis e, a cada ano, são aproximadamente três milhões de novos veículos em circulação. Todo crescimento pode apresentar consequências e, com mais carros nas ruas, aumenta também o número de acidentes. Hoje, o número de vítimas de trânsito cresce cinco vezes mais do que a frota de veículos e, de acordo com informações do DPVAT, no país, ocorre aproximadamente um acidente com danos pessoais a cada 30 segundos.

O impacto que um acidente com

danos corporais pode causar é um assunto bastante delicado. Por esse motivo, é fundamental que o motorista esteja preparado para qualquer tipo de incidente, pois tem a responsabilidade legal de indenizar os danos causados a eventuais vítimas e os custos envolvidos são geralmente altos.

Em casos envolvendo lesões, por exemplo, são considerados custos hospitalares, cirurgias, centros de recuperação, fisioterapia, tratamentos, equipamentos ortopédicos, *home care*, entre outras despesas.

Para ter mais tranquilidade em relação a possíveis acidentes, quando o motorista contrata o Seguro Itaú Auto, por exemplo, ele já conta com a garantia de RCF inclusa na apólice, com a cobertura de R\$ 50 mil para danos corporais e também para danos materiais a terceiros. No entanto, na maioria das vezes, o valor da cobertura não é suficiente para cobrir as altas despesas que podem surgir num eventual acidente.

Terra Brasis é eleita “Brazilian Reinsurer of the Year”



Terra Brasis
Resseguros

BRAZILIAN
REINSURER
OF THE YEAR

Em cerimônia realizada no hotel Ritz-Carlton, em Miami no dia 19 de maio, a Terra Brasis Resseguros foi eleita “Brazilian Reinsurer of the Year” pela revista Reactions, publicação respeitada e reconhecida mundialmente como referência no mercado de Resseguros.

Para a equipe, esta conquista deixa a todos da Terra Brasis muito honrados, não somente por seu prestígio, mas também pela qualidade dos eleitos em anos anteriores. Este ano foi a quarta edição deste prêmio, sendo que em edições anteriores os eleitos foram o IRB Brasil Re por duas vezes e a Swiss Re.

Mercado de seguros exige hábitos digitais

Velocidade, autonomia e personalização de serviços. Os hábitos dos consumidores atuais, que valorizam mais a experiência à necessidade de consumo, começam a ser refletidos no modelo de negócios do mercado segurador brasileiro. Depois de operar durante anos no mesmo formato de repasse, o setor passa por uma onda de modernização.

Com esta visão, o Comitê de Seguros da Câmara Brasileira de Comércio Eletrônico (*camara-e.net*) está focado em promover o avanço desse mercado e tem o objetivo de desmaterializar as relações comerciais no setor e proporcionar o acesso aos

consumidores online. Periodicamente, o comitê se reúne em busca de novas alternativas e expansão do mercado. Atualmente, o grupo está atuando em três principais frentes: (1) Aperfeiçoamento do marco civil da internet; (2) Desenvolvimento do setor de seguros digital e (3) Aprimoramento de conjunto normativo.

O mercado está preparado para a mudança, porém a entrada de novos *players* de seguros tem levantado algumas polêmicas a respeito da legalidade da venda direta e 100% online. Para alguns grupos o e-commerce de seguros é considerado ilegal ou irregular, por não existir mais

o corretor de seguros como intermediário.

O Brasil está iniciando sua ascensão no mercado segurador online, determinando um momento de ida sem volta. Ainda de acordo com o relatório da Capgemini, no país há uma alta receptividade dos consumidores para comprar seguros de marcas de tecnologia similares ao Google, por exemplo, alcançando aproximadamente 50% do público consumidor deste mercado. Tendo somente 10% que se contrapõe a esta ideia e os 40% restantes são neutros em sua opção e receptividade à compra online.

**Cristiana
Lowndes**

Sócia-diretora
comercial da
MBS Seguros

Nenhum outro plano de saúde é tão fundamentado no cuidado, no respeito e na qualidade do atendimento como a Omint. É por isso que a Cristiana, responsável por benefícios e novos negócios na sua corretora, confia no plano que oferece para seus clientes. Ela sabe que empresas que valorizam o capital humano encontram na Omint a melhor parceira para oferecer atendimento personalizado, seguro e sem burocracia. Os produtos, a implantação e a gestão de contratos da Omint proporcionam a melhor solução médica e odontológica para os clientes e também para a Cristiana.

*Nenhum outro plano
cuida tão de perto.*

ANS - n.º 35966-1

ASSISTA A OUTROS DEPOIMENTOS EM
WWW.YOUTUBE.COM/OMINTBRASIL
0800 726 4000 OU (11) 4004-4011



Prestígio é cuidar de você.

Aconseg-SP recebe Tokio Marine para almoço

Aconseg-SP realizou, em maio, um almoço com a presença dos executivos da Tokio Marine, que apresentaram o crescimento da companhia em 2015, perspectivas para esse ano e ressaltaram a importância das assessorias para o alcance desses objetivos.

“Nós temos as assessorias como um dos principais canais de vendas, tanto que considero cada uma delas como uma sucursal e nossas despesas não diferem em nada em relação aos nossos locais próprios”, enfatizou o presidente da Tokio Marine, José Adalberto Ferrara.

A importância que a Tokio Marine dispõe para as assessorias é comprovada pela participação no desenvolvimento da companhia em 2015, por exemplo. Conforme o diretor co-

mercial nacional varejo, João Luiz de Lima, esse canal apresentou crescimento de 18,4% durante o período.

Também voltada ao crescimento das assessorias, a companhia desenvolveu um sistema para a venda de microsseguros. “Desenvolvemos uma plataforma chamada PVC, Plataforma de Vendas para o Corretor, para entrar no mercado de microsseguros, que é o seguro de baixo ticket. O corretor colocará o sistema nas redes varejistas, configurará os produtos vendáveis naquela loja, e depois acompanhará a performance de venda. É uma plataforma inteligente



Executivos da Aconseg e da Tokio Marine

que ajuda a desenvolver um canal de vendas, como uma contribuição da companhia para os corretores”, comentou Ferrara sobre a ferramenta que está em processo piloto e com perspectiva de entrar no mercado em três meses.

AIDA promove debate sobre solução de conflitos



Vivien Lys, Alexandre Camilo, Ana Rita Petraroli, Patrícia Godoy e Adevaldo Calegari

Atualmente, o Poder Judiciário acumula 110 milhões de processos e cada setor econômico deve se organizar para gerar opções a fim de solucionar seus conflitos, por meio de outras ferramentas e não apenas o Estado-Juiz. A afirmação de Vivien Lys Porto Ferreira da Silva, presidente do GNT de Soluções de Conflitos da AIDA Brasil, foi feita durante debate de tema “A Visão do Corretor dos Métodos para Solução de Conflitos no Mercado Segurador”. O debate foi

promovido pela Associação Internacional de Direito de Seguros (AIDA) no dia 31 de maio, realizado no auditório do Sincor, em São Paulo.

“Além disso, o mercado segurador tem como um de seus pilares o desafio de equilibrar o fundo formado pelo mutualismo contratual. E este desafio pode ser conquistado mediante o uso de métodos adequados para a solução dos conflitos, tais como: arbitragem, mediação, adjudicação, entre outros. Para cada confli-

to, cabe ao operador analisar qual é o método adequado aquela situação”, explicou Vivien.

Na ocasião, o debate contou com a participação da Ana Rita Petraroli, presidente da AIDA Brasil, Alexandre Camillo, presidente do Sincor-SP, Vivien Lys Porto Ferreira da Silva, presidente do GNT de Soluções de Conflitos da AIDA Brasil, Patrícia Godoy, presidente do GNT de Resseguros da associação e Adevaldo Calegari, mentor do Clube dos Corretores de Seguros de São Paulo (CCS-SP).

“Precisamos avançar pela civilidade. Da agressão física evoluímos para o litígio processual. Agora é hora do próximo passo: a composição, a conciliação, a mediação, ou seja, métodos mais eficazes de resolução dos conflitos sociais. Métodos através dos quais não há vencedores ou vencidos, mas, tão somente, questões compostas e divergências finalizadas”, afirmou Ana Rita Petraroli.

Diretoria é reeleita em eleição do CCS-RJ

Em eleição realizada no dia 31 de maio, os associados do Clube dos Corretores de Seguros do Rio de Janeiro (CCS-RJ) apostaram em mais um mandato para a atual diretoria da entidade. Por aclamação, o presidente Jayme Torres, o secretário Luiz Mario Rutowitsch e o diretor financeiro Amilcar Vianna continuam à frente do Clube até 2018.

“Fizemos muito, mas temos a consciência de que há ainda mais a fazer. Ganhamos batalhas importantes, cerramos fileiras com os associados para defender princípios e condutas que acreditamos serem os

mais corretos para a categoria”, enumerou Torres.

Nos próximos dois anos, o objetivo é atrair novos corretores associados, para que possamos intensificar nossa participação nas decisões do mercado, o que se torna extremamente importante devido ao atual cenário de grandes mudanças”, assinou embaixo Vianna, que, ao lado do pre-



Associados do CCS-RJ reunidos após reeleição da diretoria

sidente e do sócio Claudio Aboim, foi responsável pela reativação do Clube em 2009.

Líderes do setor se reúnem para debater situação política

“Tudo de ruim que acontece, é para fazer melhorar. Nós precisamos de mais dinheiro por mais tempo”. Começou assim o discurso de Adevaldo Caglegari, mentor do Clube dos Corretores de Seguros de São Paulo (CCS-SP), no evento realizado pela CCS-SP em 7 de Junho, no Círculo Italiano. “A indústria de seguros é uma das últimas afetadas pela crise, porém, uma das últimas a sair dela”, disse.

Marcelo Guirão, presidente da UCS, comenta sobre a ideia de revisão da comissão padronizada de 20% e explica como o aumento de impostos prejudica o valor final obtido. Outro ponto foi a necessidade do diálogo com as seguradoras sobre a queda da produção de veículos e a redução do prêmio de seguro do ramo de autos, que teve um

déficit de 3% logo no primeiro semestre deste ano. “As companhias estão preocupadas com a movimentação das apólices. Não há mais fechamento de seguros novos e sim a mudança de uma seguradora para a outra”, disse.

Para Alexandre Camillo, presidente Sincor-SP, a instabilidade política do país traz reflexos sim ao setor de seguros. “O mercado segurador tem que parar de terceirizar soluções e resolver os problemas gerados pela crise, dentro dos próprios meios”, salientou, argumentando que os corretores e colaboradores das seguradoras têm que se enxergar como consumidores também, e que só assim, vão ter desenvoltura para contornar a situação. Cita questões pendentes, como o seguro auto popular, que já foi lançado, mas ainda passará por reformulações; as revisões do DPVAT; o seguro obrigatório de danos causados por embarcações, o DPEM, que ainda não foi solucionado; e a autorregulação. Ele

ainda acrescentou à lista de incertezas a eventual troca de comando na Susep no novo governo.

Dilmo Bantim Moreira, presidente do CVG-SP, indicou o segmento de seguros de pessoas como opção rentável para os corretores de seguros. Ele destacou que a previdência privada, por exemplo, será a alternativa mais viável no futuro para complementar a renda da população no período de aposentadoria. “As pessoas estão vivendo mais e se aposentarão mais velhas, mas o Estado não terá mais como se autosustentar, pois a taxa de natalidade também está caindo. Portanto, a aposentadoria terá de ser a privada”, disse.

Um tema de suma importância exposto na ocasião, foi o projeto social desenvolvido pela CCS-SP, “Ajude-Doe”, campanha que arrecada verba e conta com doação de cadeiras de rodas adaptadas, especialmente desenvolvidas para cada criança de acordo com a necessidade individual de cada uma. O projeto só esse mês já conseguiu arrecadar para produzir sete cadeiras e a expectativa é aumentar o número de cadeiras. Para doar ou obter mais informações, o número para contato é 99970-9714.



Lideranças paulistas em debate no CCS-SP



José Francisco, Tony Auad e Josafá Ferreira Primo

MOMENTO SEGURO

Programa de TV
se define como
o novo canal de
disseminação da
Cultura do Seguro

Com 16 anos de atuação na imprensa especializada, a **Revista Seguro Total** – que mensalmente apresenta temas que envolvem seguradoras, resseguradoras, segmentos de saúde, vida, previdência, capitalização, tecnologia e empresas prestadoras de serviços – entra em uma nova fase. A proposta de ajudar ainda mais na disseminação da cultura do seguro no país, um dos maiores desafios do setor, ganha força com a influência e o poder que a mídia televisiva tem sobre o consumidor. Com muitos anos de mercado, José Francisco Filho, diretor da revista acaba de lançar o programa televisivo **Momento Seguro**, inteiramente voltado ao universo do seguro e focado no consumidor.

A essência do projeto está embasada na difusão da informação e na elucidação de dúvidas do consumidor de seguros que, na maioria das vezes, não conhece o melhor caminho para contratar uma apólice. “O consumidor é carente de informações ao buscar um seguro. Não sabe que, por exemplo, o corretor de seguros é o meio mais indicado para fechar um contrato, sem correr o risco de levar gato por lebre”, diz José Francisco Filho, idealizador do programa e diretor da Revista.

A cada semana, um representante do mercado segurador, seja técnico, acadêmico ou executivo, é entrevistado por Francisco. Gravado sempre às terças-feiras no estúdio IndiKaBem Produções, situado na cidade de São Paulo, o programa é exibido aos sábados, das 22h30 às 23 horas em várias operadoras e players (veja quadro na página 17).

O Programa

Na estreia do programa-piloto, Francisco contou com a participação de Josafá Ferreira Primo, diretor técnico da Associação Paulista dos Técnicos Seguro (APTS). A pauta incluiu seguro de vida, seguro automóvel, seguro residencial e seguro nas olimpíadas.

Josafá entende que o lançamento de um programa de televisão inteiramente voltado ao consumidor de seguros – considerando a importância da disseminação da cultura do seguro no Brasil – é condição ímpar para que todos possam entender e se conscientizar, e também se sentirem à vontade para falar sobre seguros. “Um vez que a grande maioria dos potenciais compradores de seguros ainda possui muitas dúvidas sobre o assunto, principalmente as pessoas físicas, que precisam de proteção e não têm ideia da importância do Profissional Corretor de Seguros, Habilitado e Militante o segmento no Brasil. É importante que tenhamos oportunidade de informar a sociedade sobre a transferência de risco diários aos quais estamos expostos, e o programa veio somar para a educação do nosso mercado”, salienta.

“Me senti abençoado pela oportunidade de ser o primeiro convidado do programa e tentei retribuir a altura o convite. Acredito que o propósito do programa é ouvir não só a categoria de profissionais corretores de seguros habilitados, mas também todos que fazem parte dessa imensa cadeia de proteção. E como



Josafá foi o primeiro a ser entrevistado para o Momento Seguro

sou corretor e já fui um profissional de seguradora, a interação foi perfeita, porque aprendi muito com as dúvidas expostas, demonstrando que ainda temos muito a aprender”, comenta.

Entre as sugestões, Josafá entende que seria interessante individualizar as coberturas e esgotar as dúvidas no programa, abordando um tema por semana. “Poderíamos alcançar uma grande maioria de telespectadores e disseminar a educação; o consumidor não sabe como interagir com um corretor de seguros

habilitado para esclarecer suas dúvidas, e assim poderíamos orientar, salientar e sugerir essa interação norteadora”, sugere.

Em sua visão, o corretor de seguros habilitado tem no cerne da sua profissão a educação necessária para oferecer e proteger o cidadão de riscos possíveis e inesperados, futuros e incertos; o que ajuda o profissional a amadurecer e interagir com seus possíveis compradores. “As vendas serão prontamente alavancadas na medida em que a sociedade entenda o que



Josafá Ferreira: “Vamos salientar e sugerir a interação do consumidor com o corretor de seguros”

é proteção e educação que o corretor deve oferecer. Uma vez que ele está sempre em treinamento, absorvendo conhecimento com as seguradoras, que fazem um papel de educadora do profissional, para que ele, corretor, entenda quais são os riscos em que ela opera e atua, e surge uma aproximação e uma oportunidade entre as possibilidades de novas coberturas, em função principalmente da absorção de problemas adquiridos e apresentados pelo corretor de seguros em suas visitas. Vender mais e melhor, só irá alimentar a capacidade do corretor de seguros habilitado a se prontificar cada vez mais com o mercado; assim ambos crescem com essa relação técnica, de proteção e comercial”, acentua.

Josafá frisa citar sempre o profissional corretor de seguros habilitado, por ser um norteador e estar sempre disposto a aprender mais sobre riscos e proteção. “Interagir com nosso mercado é uma benção diária de aprendizado e absorção de conhecimento. Não há uma visita que eu faça que eu não aprenda, e sempre há uma possibilidade de discutir riscos e apresentar propostas, adoro visitar meus clientes e novos, que passam a ser amigos e a confiar nessa interação positiva. O melhor de mim entrego sempre com um propósito muito maior de somar e difundir essa relação, afinal todos precisamos de proteção e amigos que nos ajude nesse caminho de resiliência diária. A final a vida é um “dom” maior e divino, mas cabe a



Dilmo Bantim: “o Momento Seguro agregará muito ao consumidor e à indústria de seguros”

nós manter, zelar e sempre nos proteger, assim podemos nos preocupar em aperfeiçoar o que há de melhor em nossa passagem, deixando belas histórias e proteção aos nossos familiares e ainda eternizando nossa história”, coloca.

A segunda gravação do **Momento Seguro** teve como entrevistado, Dilmo Bantim Moreira, presidente do Clube Vida em Grupo (CVG/SP), diretor de Relacionamento com o segmento de Pessoas da Academia Nacional de Seguros e Previdência, atuário, administrador, membro da Comissão Técnica de Produtos da FenaPrevi e da Comissão Técnica de Seguro Habitacional da FenSeg. Na pauta, assuntos como seguro de pessoas, aposentadoria complementar, prática do seguro prestamista e história e cursos do CVG/SP.

Dilmo ressalta que o seguro, desde há muito tempo, é um excelente instrumento de auxílio à proteção das pessoas e das empresas, porém ainda persiste em grande parte da sociedade a ideia equivocada de que é uma ferramenta muito cara e, portanto, de acesso reservado à poucos. “Um programa dedicado exclusivamente ao tema do seguro e que se utiliza de um meio como a televisão, que é sabidamente de grande alcance, certamente pode levar à população não só o conhecimento dos diversos tipos de seguros que existem, como também desmistificar preconceitos sobre a facilidade de contratação, coberturas adequadas e preços justos”, salienta.

Ele diz que ficou muito honrado pelo convite e pela oportunidade de poder contribuir com a disseminação da cultura do seguro, tanto na posição de profissional do mercado quanto na de presidente do Clube Vida em Grupo de São Paulo. “Acho que o caminho que está sendo seguido é adequado aos objetivos. Quanto maior a pluralidade de temas e de profissionais, maior será a atratividade do programa”, considera.

“Acredito no caminho da venda consultiva. Entendo que o conhecimento dos riscos inerentes à atividade do cliente permite ao corretor a elaboração de planos

abrangentes de proteção e, além disso, despertar nos segurados a consciência objetiva da necessidade da aquisição e manutenção de produtos que se ajustem às suas necessidades em cada momento”.

Considerando o ainda baixo consumo de seguros no país, Dilmo entende ser de grande valia a criação de canais de informação de massa no tema de seguros, previdência, capitalização e saúde. “O programa **Momento Seguro** certamente agregará muito ao consumidor e à indústria de seguros”, acentua.

“Dentro do objetivo de levar a informação ao consumidor, acho muito importante, também, tornar visível a ação das entidades dedicadas à cultura ao seguro no sentido de que elas sejam conhecidas pelo seu trabalho de formação e informação de profissionais de seguradoras, de corretores, daqueles que lidam com o assunto em empresas que consomem os produtos da indústria securitária e, ainda, com instituições de ensino. Nós do CVG/SP nos orgulhamos de ter a oportunidade de lidar com esses públicos há 35 anos, levando cada vez a mais pessoas o contato com esse universo tão interessante e importante que é o seguro”, finaliza.

Parceria

A parceria se deu com o Grupo Sky, no canal Climatempo, em junho. De acordo com Francisco, o objetivo, em curto prazo, é fazer as entrevistas *in loco* nas próprias seguradoras/corretoras e prestadores de serviços, o que dará maior dinâmica e movimento ao programa. “Esperamos contar com a participação dos empresários e representantes de associações e entidades. O intuito maior é abastecer o consumidor com informações precisas sobre um assunto que o brasileiro ainda não tem tanta familiaridade”, comenta.

A associação entre as duas mídias se deu por meio de um convite feito pelo amigo Tony Auad, jornalista e comentarista de futebol da Rádio Tropical FM 107.9 (São Paulo/SP), da Equipe Líder de Alexandre Barros. O jornalista também apresenta o programa “O Melhor do Esporte por Tony Auad”, também na TV Climatempo, canal 106 da Sky. Vai ao ar aos sábados das 22 às 22h30 e contará com a participação de convidados especiais ao longo dos Jogos Olímpicos de 2016. O programa também conta com comentários esportivos de José Francisco, com o pseudônimo de Jotinha. Para o jornalista Tony Auad, essa parceria agrega, entre outras coisas, a ampliação de veiculações comerciais de todos os segmentos.

O “Melhor do Esporte” antecede o **Momento Seguro**



Parceria firmada com a Get Out visa o desenvolvimento cultural e esportivo

e também abre espaço para boletins semanais que trarão um resumo dos principais acontecimentos e performances dos atletas participantes das Olimpíadas do Rio de Janeiro. Mais um canal de divulgação de seus produtos e serviços. Empresas parceiras podem investir com inserções de vinhetas. Tony Auad mencionará os patrocinadores e seus slogans ao decorrer de cada episódio. Com isso, a empresa ganha credibilidade por estar vinculada de maneira positiva com o esporte e informações dos atletas brasileiros.

Mídia completa

José Francisco Filho sempre foi empreendedor. Além do mundo televisivo, a mídia radiofônica também já faz parte dessa nova fase da carreira do empresário. Esta é a única mídia que oferece informações do mundo do seguros através de revista impressa, rádio e tv e que se fará presente nas Olimpíadas Rio 2016.

Em abril deste ano, o empresário fechou parceria com a Rádio Tropical FM 107.9 (São Paulo/SP), por

intermédio da Equipe Líder de Alexandre Barros. O objetivo é ampliar ainda mais o canal de comunicação para a veiculação de notícias e propagandas que envolvem seguradoras, corretoras e prestadoras de serviços. Os boletins sobre seguros acontecem durante a programação da Equipe Líder. “Essa parceria vem beneficiar as seguradoras do mercado. A proposta é divulgar as empresas através da veiculação de comerciais a preços acessíveis”, explica Francisco.

Tony considera que a parceria com as principais seguradoras do país é oportuna para estreitar a ligação comercial, trazendo benefícios para ambas as partes. “Para a Equipe Líder, os patrocinadores de nível, o que irá avalizar ainda mais a sua audiência; para as seguradoras, a grande chance do mundo dos esportes tomarem conhecimento dos excelentes serviços prestados por esses setores”, comenta.

Ciro Aguiar, proprietário da emissora – que tem 29 anos de existência – reconhece a importância desse setor na sociedade e aposta no esporte para ajudar a disseminar a cultura de seguros. Durante os intervalos do programa, os agentes do mercado segurador terão espaço para a transmissão de seus produtos e serviços através de boletins de notícias e de comerciais.

Outra novidade é a parceria firmada com a Get Out, agência especializada em intercâmbio e programas de bolsas de estudos para jovens que desejam ter uma graduação em uma universidade americana. A agência cria possibilidades e oportunidades para o desenvolvimento cultural, esportivo e acadêmico de alto nível.

FIQUE LIGADO

SKY - CANAL 106 - TODO O BRASIL

GVT - CANAL 87 - TODO O BRASIL

OITV - CANAL 189 - RIO DE JANEIRO

NET ANGRA DOS REIS - CANAL 211

VIVO FLORIANÓPOLIS/SC - CANAL 36

VIVO FOZ DO IGUAÇU/PR - CANAL 38

CANAL YOUTUBE: MOMENTO SEGURO

EQUIPE LÍDER DE ALEXANDRE BARROS

Segunda à sexta-feira: das 20 às 22 horas, exceto nos dias de jornadas esportivas e sábados e domingos, transmitindo jogos.

Consumidor exigente

Yasuda Marítima expande atuação para conquistar consumidor virtual

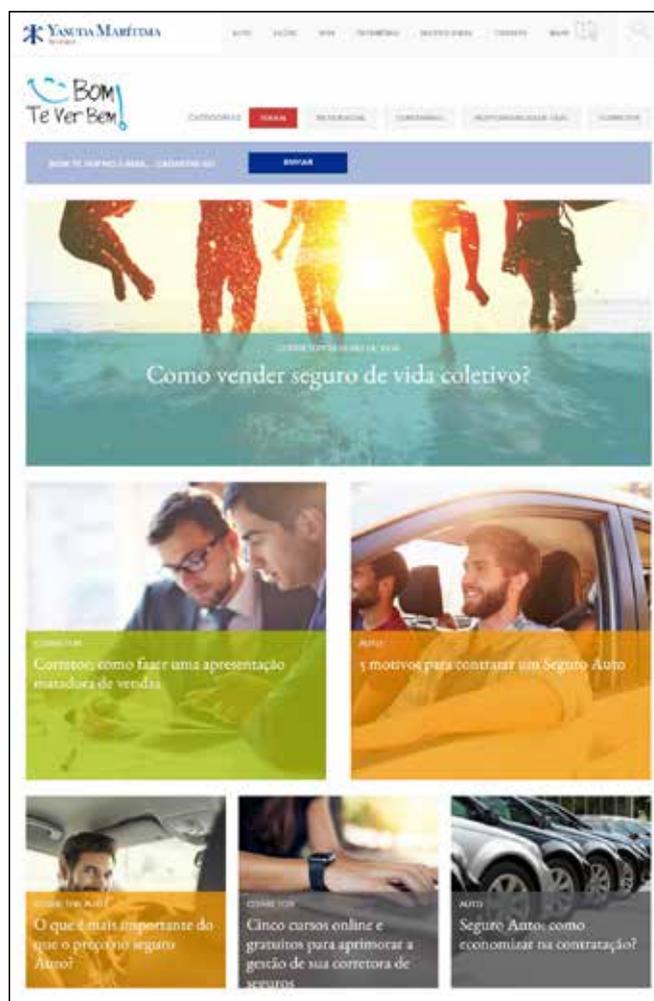
Quais as atuais expectativas de um cliente, como relacionar-se com o consumidor digital... Essas e outras premissas fazem parte das estratégias da Yasuda Marítima que expande sua atuação em segmentos com grande demanda e capilaridade no mercado, para atingir principalmente o consumidor virtual. “O mercado de Affinity, por exemplo, é novo para nós e existem alguns pontos importantes a explorar como personalização, canais de venda, consultoria, parcerias com esse novo consumidor”, diz Francisco Vidigal Filho, diretor-presidente da Yasuda Marítima, empresa do Grupo Sompó Holdings – um dos maiores grupos seguradores do mundo – passará a se chamar Sompó Seguros em julho próximo.

As novas gerações procuram se cercar de todas as informações possíveis quando um produto está na “mira” deles. E tudo através das redes sociais. De acordo com um estudo realizado pelo Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil), nove em cada dez consumidores brasileiros com acesso à internet (90%) assumem o hábito de fazer pesquisas online antes de realizar compras em lojas físicas. A pesquisa aponta que o comportamento é frequente em todas as faixas etárias, mas surge com mais força entre os indivíduos com idade entre 18 e 34 anos (93%).

“As seguradoras estão atrasadas com relação aos consumidores jovens que se utilizam de aplicativos para se informar antes da compra. São antigas na forma de comercialização e sem foco no pequeno cliente”, comenta Vidigal. Ele ressalta que as novas formas de consumo exigem das empresas novas formas digitais de comunicação. “Estamos mudando a abordagem para nos aproximarmos desse consumidor”, revela o executivo, ressaltando que a “cultura do seguro” precisa ser disseminada no Brasil. “O brasileiro enxerga o seguro como um mal necessário e não como algo indispensável à sua proteção”, complementa.

De olho nesse tipo de consumidor, a Yasuda Marítima vem investindo em campanhas online como um novo canal de comunicação com o seu futuro cliente. Um exemplo é o media lounge “Bom Te Ver Bem!”, canal hospedado no portal da empresa e com uma estratégia de marketing de conteúdo, lançado há um ano. O ambiente digital traz textos leves e de fácil entendimento, estimulam o acesso ao site da companhia e que existe com a participação e interação das pessoas, desde funcionários, colaboradores ou qualquer pessoa que se interesse em participar.

Dialogar e oferecer relevância, ou seja, ensinar e aculturar a sociedade é, para Vidigal, a base para atrair novos clientes ao enaltecer conceitos de cidadania, segurança e



qualidade de vida, além de apresentar as maneiras como o seguro pode contribuir com o dia-a-dia das pessoas. “A participação do mercado de seguros brasileiros ainda está abaixo do que é observado em mercados maduros. Por conta disso, muitos consumidores ainda estão se familiarizando com o nosso segmento. É aí que entra o papel consultivo dos corretores de seguros e dos demais agentes de mercado, disponibilizando informações e contribuindo para o desenvolvimento do setor como um todo”, completa Vidigal.

Do sucesso do lounge, surgiu outra campanha, a “Viver Bem Em”, que busca incentivar o público a expressar o amor pela cidade e inspirar outras pessoas a viverem melhor. A iniciativa é voltada para toda a comunidade. Para participar, basta enviar para o e-mail viverbemem@agenciarma.com.br uma frase, foto ou vídeo, com uma breve descrição do que é Viver Bem Em. As plataformas digitais foram criadas pela agência RMA Comunicação.

Faça parte do time Liberty Seguros.

A Liberty Seguros tem os melhores seguros para todos os perfis de cliente, com coberturas e assistências exclusivas para Residência, Vida e Auto. Faça como o Bernardinho e a Fernanda e indique a Liberty Seguros.



LIBERTY RESIDÊNCIA

Descarte Responsável de móveis e eletrodomésticos.



LIBERTY VIDA

A orientação de um nutricionista sobre hábitos alimentares.



LIBERTY AUTO

Leva e Traz seu carro da revisão.

#ESTATUDOBEM

libertyseguros.com.br

Este anúncio possui informações resumidas. Consulte as opções de contratação das coberturas e assistências disponíveis em www.libertyseguros.com.br. Liberty Seguros S.A. CNPJ 61.580.141/0001-72. Código SUSEP: 518-5. Processos SUSEP dos produtos Auto: 15414.100331/2004-96, Residência: 15414.004633/2004-34 e 15414.901916/2013-17, Vida: 005.000214/01. O registro deste plano na SUSEP não implica, por parte da autarquia, incentivo ou recomendação à sua comercialização.

CONEXÃO

PROGRAMA DE
RECONHECIMENTO
AO CORRETOR



**Liberty
Seguros**

LIÇÕES DE MARIANA

Por Aurora Ayres

O rompimento da barragem da Samarco é provavelmente o maior desastre ambiental ocorrido até hoje no Brasil e também o pior causado por rejeitos de mineração no mundo. O que aconteceu em Mariana? Quais as lições que o evento catastrófico da cidade mineira nos deixa? Quais os impactos ambientais e sociais? Como é a atuação do seguro em tragédias como essa? Alguns especialistas tentam responder a essas e outras questões nesta reportagem

Quais os níveis de recuperação das áreas degradadas no entorno de Mariana? Seis meses após a catástrofe ocorrida na pequena cidade mineira, ainda há muitas perguntas impossíveis de se responder. A tragédia ecológica de proporção catastrófica – ocorrida após o rompimento de uma barragem (Fundão) da mineradora Samarco, controlada pela brasileira Vale e pela anglo-australiana BHP Billiton –, não foi a primeira e nem será a última em termos de impactos ambientais irreversíveis e incalculáveis, sem contar o número de vidas perdidas. A enxurrada de lama que invadiu o distrito de Bento Rodrigues e continua avançando o Rio Doce foi o que restou. Isso se, arduamente, o lamaçal não atingir a bacia de Abrolhos, no litoral Sul da Bahia...

Como fica a atuação do seguro em casos como esse? O Seguro Ambiental (leia box na página 24) apresenta um escopo bem mais amplo de proteção que a cobertura de Poluição Acidental e Súbita (poluição, contaminação e/ou vazamento súbitos, inesperados e não intencionais) oferecida como adicional no Seguro de Responsabilidade Civil Geral. Amplo no sentido de que cobre o dano ao meio ambiente, seja de origem súbita ou gradual, como limpeza e reparação. Segundo, porque cobre também os custos com medidas para conter a propagação do dano. Produto abrangente, esse seguro indeniza, ainda, os custos com defesa do segurado nas esferas administrativa, cível e até criminal.

O acordo feito pela Samarco com a União e com os estados de Minas Gerais e do Espírito Santo chegou a R\$ 20 bilhões somente para revitalizar a bacia do Rio Doce nos próximos 15 anos. Montante bem menor do isso poderia ter sido aplicado em planos de prevenção e de ação de emergência factíveis e eficientes.

Prevenção

“A atividade minerária é fundamental para o desenvolvimento econômico da nação, bem como para a qualidade de vida da sociedade. Como qualquer outra atividade econômica, tem seus impactos negativos e positivos. Tem como característica intrínseca a modificação da paisagem, implicando potenciais conflitos com outras formas de ocupação territorial. Assim, aspecto importante a ser considerado na mineração é a implementação de instrumentos econômicos (caução, garantias financeiras e seguros ambientais) como mecanismos de viabilização para o cumprimento das obrigações legais e sociais desse setor...”

“...É princípio constitucional de o minerador recuperar e/ou reabilitar a área degradada e impactada pela atividade econômica de extração mineral, visando cumprir com a função socioambiental da propriedade com vocação mineral devolvendo-a para usos futuros. O seguro garantia das obrigações contratuais de fazer dos compromissos mineroambientais assumidos pelo empreendimento de mineração perante os órgãos gestores representa mais um serviço a ser oferecido pelo mercado de seguros e resseguros às empresas de mineração, com vistas ao cumprimento de suas obrigações legais e sociais.”

Assim se inicia a tese de doutorado de Eliane Pereira Rodrigues Poveda, especialista em Gestão e Direito Ambiental e mestre em Geociência intitulada “Seguro Garantia como Instrumento de Gestão para a Mitigação de Danos Ambientais na Mineração”.

Ao defender o monitoramento sistêmico para a Renovação de Licença de Operação Ambiental, Eliane frisou – durante o evento “Lições de Mariana: Evento, Contexto Legal e de Gestão de Riscos”, promovido pela Academia Nacional de Seguros e Previdência (ANSP), no dia 9 de junho no Sindseg-SP – a importância da prevenção para as atividades das empresas com maiores riscos de acidentes ambientais.

Edmur de Almeida, diretor da entidade, acredita ser importante trazer temas como esse para debates. “O mercado segurador aprende muito com essas tragédias, que infelizmente acontecem em todo o mundo. Nosso objetivo é analisar como o mercado de seguros pode ajudar e pensar em formas de minimizar esse tipo de sinistro”, comenta.

“As empresas devem estar preparadas para uma crise desde que nascem, senão desde o seu embrião”, compara Eliane que elenca o que deveria ter sido feito: 1) monitoramento sistemático de barragem de



Eliane Poveda, especialista em Gestão e Direito Ambiental

Mariana-MG: o que deveria ter sido feito e não foi?

- **A importância da Prevenção para as atividades das empresas com maiores riscos de acidentes ambientais, as empresas devem estar preparadas para crise desde que nascem;**
- **No Setor de Mineração desde a Pesquisa e Planejamento da lavra;**
- **Mapeamento dos riscos do PAE da jazida e**
- **Monitoramento sistemático da barragem de rejeitos;**
- **Plano de Ação de Emergência;**
- **Implementação de ações de desenvolvimento social e educação ambiental com as comunidades do entorno; e**
- **Comunicação eficaz na gestão de crises ambientais.**

rejeitos; (2) plano de ação de emergência; (3) mapeamentos dos riscos. “O que aconteceu em Mariana não foi acidente”, lançou. (veja quadro)

Alto risco

O Brasil possui hoje mais de 600 barragens de rejeitos de mineração entre as 15 mil barragens no país. Desse total, de acordo com o Departamento Nacional de Produção Mineral (DNPM), braço do Ministério das Minas e Energias, 24 barragens estão classificadas como de alto risco.

O desastre com a barragem da Samarco desencadeou impactos sociais e ambientais que terão diversos reflexos econômicos. Especialistas afirmam que ainda é prematuro precisar os valores totais de perdas econômicas, contudo, é possível apresentar uma estimativa levando em conta o raio de propagação dos danos e as informações públicas disponíveis até o momento.

Relatório Terra Report, elaborado recentemente pela equipe de profissionais da Terra Brasis, apresenta uma visão holística da tragédia, mostrando a operação de uma mineradora e de suas barragens de rejeitos além dos detalhes do evento ocorrido.

Como aconteceu

Conforme informações públicas, por volta das 15h15 do dia 5 de novembro de 2015 foi verificado um vazamento na contenção da barragem de rejeitos de Fundão, de propriedade da Samarco, e que faz parte do complexo composto pelas barragens Fundão, Germano e Santarém. Neste momento, uma equipe foi enviada ao local na tentativa de amenizar o vazamento através do esvaziamento de parte do reservatório.

Por volta das 15h45, a barragem de rejeitos de Fundão se rompeu provocando o escoamento dos rejeitos provenientes da extração de minério de ferro. Conforme laudo técnico preliminar do Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis (Ibama), este evento liberou cerca de 62 milhões de m³ de lama.

No momento da ruptura da barragem de Fundão era realizado um alteamento de 20 metros, da cota de 920 metros para cota de 940 metros em relação ao nível do mar. Até a publicação deste relatório, não foi encontrada nenhuma conclusão definitiva sobre as causas do acidente na barragem de Fundão e se o seu alteamento contribuiu ou não para a ruptura.

Inicialmente, pensou-se que as

duas barragens, Fundão e Santarém, haviam se rompido. Porém, dias depois do evento, a Samarco confirmou que apenas a barragem de Fundão havia sido afetada, e seu rompimento ocasionou o transbordamento de Santarém. Além de provocar o transbordamento, a lama proveniente do rompimento da barragem de Fundão afetou diretamente a estrutura de Santarém e de acordo com o DNPM elevou seu risco de erosão e desabamento ao nível máximo.

Mar de lama

Além dos danos nas barragens, o rompimento liberou uma enxurrada de lama com rejeitos que no primeiro momento inundou a Comunidade de Bento Rodrigues, subdistrito da cidade de Mariana, que se localiza a cerca de dois quilômetros e meio morro abaixo das barragens, deixando cerca de 200 casas lá existentes totalmente destruídas.

Após inundar a Comunidade de Bento Rodrigues, a lama seguiu para outros 17 vilarejos e subdistritos da região afetando diretamente seus quase oito mil habitantes, até chegar ao Rio Doce, por volta das 18h30 do mesmo dia. Até a data da presente



Enxurrada de lama com rejeitos inunda Bento Rodrigues

publicação, 18 mortes foram confirmadas e uma pessoa continua desaparecida.

Em seguida a onda de lama percorreu 55 km do Rio Gualaxo do Norte até desaguar no Rio do Carmo, percorrendo mais 22 km até o encontro com o Rio Doce.

O Rio Doce, em seus 853 km de extensão, passa por 228 municípios dos estados de Minas Gerais e Espírito Santo antes de desaguar no Oceano Atlântico. Seu curso representa a mais importante bacia hidrográfica da Região Sudeste brasileira.

Ao longo dos 17 dias seguintes, a onda de lama percorreu o Rio Doce até chegar ao oceano, no município de Linhares, no Norte do Espírito Santo. Dos 853 km de extensão do Rio Doce, 586 km foram contaminados pela lama.

Todos os demais metais, como o chumbo, na data da ocorrência do rompimento e chegada dos rejeitos ao rio, apresentaram resultados superiores aos aceitáveis, porém decorridos alguns dias, voltaram à normalidade. Entende-se com isso que o maior poluente não são os metais, mas sim a lama e os demais materiais trazidos pela enxurrada.



Antônio Cruz/ Agência Brasil

Além dos municípios utilizarem o Rio Doce para abastecimento, conforme outro relatório do CBH-Doce cerca de 3.600 indústrias, principalmente empresas de mineração, agropecuária, lavouras tradicionais, cultura de café, cana de açúcar, criação de gado de corte e leiteiro, suinocultura e reflorestadoras utilizam o rio como fonte de abastecimento de água. Destacam-se, ainda, indústrias de celulose e laticínios, comércio e serviços voltados aos complexos industriais, bem como geração de energia elétrica.

Perda Econômica

Sob a perspectiva ambiental, conforme Nota Técnica do Ibama, aproximadamente 1.500 hectares de mata ciliar foram destruídos, principalmente no município de Mariana, tendo uma extensão de pelo menos 170 quilômetros sendo 80 quilômetros quadrados de área afetada no mar, no litoral do Espírito Santo. Além disso, o desastre de Mariana atingiu 663 quilômetros de corpo d'água nos Estados de Minas Gerais e Espírito Santo, além de ter causado impacto ao estuário do rio Doce e à sua região costeira.

O Relatório de Avaliação dos Efeitos e Desdobramentos do Rompimento da Barragem de Fundão em Mariana, produzido pelo Grupo da Força-Tarefa, quantificou a perda de 1.000 cabeças de animais, entre bovinos e equinos, bem como animais de consumo familiar. Outros 485 animais foram abrigados em um galpão sob a responsabilidade da própria Samarco, estando entre eles cães, gatos, galinhas, entre outros. Cerca de onze toneladas de peixes foram mortas ao longo do Rio Doce, afetando centenas de pescadores.

A Samarco recebeu muitas preliminares do Ibama no valor total de R\$ 250 milhões. Além disso, assinou um Termo de Ajustamento de Conduta (TAC) com o Ministério Público de Minas Gerais, no qual deve man-



Mapeamento do curso da lama: Da barragem Fundão à Foz do Rio Doce

ter um fundo no valor de R\$ 1 bilhão destinado integralmente à recuperação do Rio Doce. Contudo, existe a possibilidade destes valores não serem suficientes para a completa recuperação da bacia hidrográfica.

Diante do maior desastre ambiental do país, as perdas, entretanto, não se limitam à esta esfera. Do ponto de vista social, conforme Relatório Preliminar da Comissão Externa do Rompimento de Barragem na Região de Mariana ("Relatório Preliminar"), o povoado de Bento Rodrigues, com cerca de 200 casas e 600 moradores, foi quase totalmente coberto pela lama, com perda de infraestrutura pública e bens privados, necessitando de relocação. Seis outras comunidades foram parcialmente afetadas pela lama, Paracatu de Baixo, Paracatu de Cima, Campinas, Borba, Pedras e Bica, que fazem parte do distrito de

Camargos, do município de Mariana, além da cidade de Barra Longa (MG). Contabilizou-se 1.265 desabrigados, 18 mortos e um desaparecido.

De acordo com a Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural do Estado de Minas Gerais (Emater-MG), os agricultores de Minas Gerais perderam R\$ 23 milhões com o evento de Mariana. Além disso, conforme o relatório supracitado, diversos trabalhadores autônomos, entre eles ao

menos 1.249 pescadores, dependiam da água do Rio Doce para realização de suas atividades. O Relatório de avaliação dos efeitos e desdobramentos do rompimento da barragem de Fundão destaca também a paralisação na produção do leite, estimando prejuízos na ordem de 11 mil litros por dia em Mariana, 6 mil em Barra Longa e 4 mil em Rio Doce e Santa Cruz do Escalvado. Um exemplo de perda social é a comunidade indígena

Krenak, afetada diretamente por sua atividade pesqueira, dentre outras a partir do uso da água. A paralisação de empresas também contribuiu para o maior desemprego na região.

Ainda conforme o Relatório Preliminar há indícios de que haverá perda na produção energética regional. A Terra Brasis, responsável pelo relatório, estima que a perda econômica total proveniente deste evento ultrapasse R\$ 26 bilhões.

Seguro Ambiental

O Seguro Ambiental é uma tendência mundial e muitas vezes é obrigatório para determinadas atividades econômicas, como ocorre na Europa, EUA e Argentina. O EUA foi pioneiro nesta modalidade de seguro, que surgiu em 1977 e hoje representa um mercado de mais de um bilhão de dólares, tendo mais de 40 seguradoras atuando nesta modalidade no país.

O Brasil está vivendo um momento de recente e gradual implementação do Seguro Ambiental e ainda está na fase de conscientização geral sobre o tema. Estimativas apontam que perto de 90% das mil maiores empresas no Brasil ainda não o contratam.

A contratação do Seguro Ambiental encontra-se em estágios embrionários, tendo apresentado em 2015 um volume de prêmio emitido de aproximadamente R\$ 45 milhões. A equipe da Terra Brasis acredita que por isto existe uma grande probabilidade da não existência de tal cobertura para o evento de Mariana.

“Mariana” é um exemplo de que grandes sinistros podem ocorrer. O acontecimento ressalta a importância da contratação do Seguro Ambiental, que revela-se cada vez mais necessário para minimizar e gerenciar os riscos das empresas expostas a tais tipos de ocorrências e pode auxiliar o Segurado na gestão preventiva de seus riscos ambientais, minimizando os efeitos para a sociedade no caso de suas manifestações concretas.



Potencial Valor Segurado

Passados meio ano do desastre em Mariana, ainda existem poucas definições, no ponto de vista do mercado segurador e ressegurador, das coberturas e apólices efetivamente acionadas, além da atribuição de responsabilidades. As descrições e explicações de coberturas securitárias que deverão ser acionadas, pois provavelmente foram contratadas, estão relacionadas na sequência:

1. Patrimonial (Property)

Cobre os danos físicos aos bens materiais do Segurado e eventuais danos consequentes. Além de todas as plantas, máquinas, equipamentos, barragens, materiais, matérias-primas, tubulações, dentre outros, também pode garantir os Lucros Cessantes do Segurado decorrente dos Danos Materiais amparados pelo seguro. No caso da Samarco, o potencial de indenização de Lucros Cessantes é muito superior ao Dano Material associado às barragens e a eventuais equipamentos ou outros ativos que também tenham sido atingidos, pois as operações da Samarco foram totalmente paralisadas após o evento.

2. Riscos de Engenharia

A apólice de Riscos de Engenharia garante obras civis em construção, podendo garantir também a instalação e montagem de equipamentos. É uma cobertura do tipo *all risks*, ou seja, cobre todos os riscos exceto os explicitamente excluídos, podendo oferecer proteção para danos materiais causados à obra, danos em consequência de erro de projeto, tumultos, desentulho, dentre outros. No momento do evento estavam sendo realizadas obras de alteamento na barragem de Fundão. Caso tais obras possuam uma apólice de Riscos de Engenharia, esta poderá ser acionada.

3. Responsabilidade Civil

A apólice de Responsabilidade Civil garante proteção ao Segurado contra

reclamações pelas quais ele venha a ser responsável civilmente, em relação a danos involuntários, materiais e corporais causados a terceiros. Neste evento, seriam indenizados os danos causados aos terceiros, em decorrência do rompimento da barragem. Os danos causados a terceiros foram expressivos, logo a apuração demandará um trabalho exaustivo da equipe de regulação de sinistros.

4. Responsabilidade Civil Obras

Uma apólice de Responsabilidade Civil Obras, garante danos materiais ou corporais causados a terceiros decorrentes de danos associados à obra civil em questão. Como ainda o fato gerador do evento não está definido, não há como se falar em responsabilidades ou não da obra frente ao ocorrido, contudo, caso seja constatada tal responsabilidade, provavelmente o valor segurado será utilizado, pois a experiência indica que, no Brasil, esses valores de contratação de seguro são pequenos face à magnitude do evento.

5. Responsabilidade Civil Empregador

O seguro de Responsabilidade Empregador garante a responsabilidade civil da empresa segurada contra danos corporais sofridos por seus empregados durante o período laboral. Existe uma possibilidade de cobrir danos materiais por intermédio de clausulado específico contratado separadamente. No caso deste evento, ocorreram mortes de trabalhadores que ali estavam no momento do ocorrido, alguns da própria Samarco e outros das empresas contratadas, o que pode acionar a apólice.

6. D&O

Tem por objetivo proteger o patrimônio das pessoas físicas que ocupam cargos ou funções diretivas na empresa. Estas pessoas em sua gestão

tomam decisões que podem causar danos a terceiros. O Seguro provê amparo financeiro às pessoas físicas e, eventualmente, jurídicas em casos de discussões judiciais e extrajudiciais relacionadas às suas decisões diretivas. Caso existam indícios que, por negligência, imprudência ou imperícia de algum diretor ou gestor, alguma recomendação referente a pontos de melhoria nas barragens ou adoção de determinados planos de contingência não foram implantados, a responsabilização dos mesmos pode ocorrer e a apólice de D&O pode ser acionada. Em casos específicos, como em assuntos ambientais, a personalidade jurídica pode ser desconstituída, respondendo diretamente o diretor/gestor responsável. Além desta, as apólices de D&O dos principais acionistas da Samarco também podem ser afetadas.

7. E&O

O Seguro de Responsabilidade Civil Profissional (Erros & Omissões) visa segurar danos que possam ser causados em decorrência da falha na prestação de serviços por erro ou omissão profissional, e garante também as despesas incorridas com a defesa do Segurado em eventual ação judicial. Neste caso, existe também a possibilidade de se responsabilizar as construtoras envolvidas nas obras da barragem no momento do rompimento, se constatado algum erro de projeto, por exemplo, acionando a apólice de E&O da construtora.

8. Vida

Uma vez que foram constatadas mortes de funcionários, existe a possibilidade de apólices de Seguro de Vida serem acionadas. Após analisados todos os valores potencialmente segurados, baseando-se exclusivamente em fontes públicas, a Terra Brasis estima que o valor a ser coberto pelo mercado segurador poderá atingir a cifra de R\$ 2,25 bilhões.

O PODER DA INFORMAÇÃO



4º Seminário
Direitos & Deveres
do Consumidor
de Seguros reuniu
representantes do
setor de seguros, de
entidades de defesa e
direito do consumidor
e do poder judiciário
para debater a
interação entre todos
os elos da cadeia

As novas regras para o seguro viagem, judicialização da saúde suplementar e regulamentação do Seguro Auto Popular foram os destaques do 4º Seminário Direitos & Deveres do Consumidor de Seguros, que aconteceu no dia 29 de abril, em Porto Alegre (RS). O evento foi promovido pelo Instituto Nacional de Educação do Consumidor e do Cidadão (INEC), com apoio da CNseg e da Escola Nacional de Seguros, reunindo cerca de 170 pessoas. Grande parte dos palestrantes que compuseram os painéis do evento apontou o fortalecimento do intercâmbio de informações como peça-chave para a construção de uma nova agenda de relacionamento com o consumidor.

Na abertura do seminário, Solange Beatriz Palheiro Mendes, presidente da Federação Nacional de Saúde Suplementar (FenaSaúde) e vice-presidente da Confederação Nacional das Empresas de Seguros Gerais, Previdência Privada e Vida, Saúde Suplementar e Capitalização (CNseg), apontou o foco na educação em seguros como ponto primordial para o desenvolvimento do setor. “Informação e conhecimento significam empoderamento. Desta forma, o cidadão tem que se sentir parte da

cadeia produtiva. Ele precisa deter informação para ter o poder e a capacidade de decisão”, pontuou.

Em linha com esse posicionamento, o diretor Geral Executivo da CNseg, Marco Antonio da Silva Barros, disse que a relação do mercado segurador com o consumidor é muito próxima, uma vez que a interação se dá nos momentos de reparação de patrimônio, de mitigação de situações críticas e na entrega de sonhos. “É por meio desses eventos, dessas discussões, que nós podemos cada vez mais ampliar o nosso conhecimento sobre aquilo que devemos fazer para estarmos cada vez mais presentes e com mais clareza para os nossos consumidores”, afirmou.

Informar-se para escolher

O consumidor é livre para escolher? Em qualquer situação? E se houver uma vulnerabilidade? É justo tomar uma decisão sem ter informação? A partir dessas questões, o diretor de Pesquisas e Projetos do Instituto Brasileiro do Direito Público (IDP) Ricardo Morishita Wada, fez a plateia refletir durante sua palestra intitulada ‘Liberdade e Igualdade nas Relações Jurídicas de Consumo e de Seguros: desafios para a constru-



Ricardo Morishita Wada, do IDP

ção de um novo futuro'. "Trata-se de um direito constitucional e seu exercício deve ser assegurado. Nas situações em que houver restrições ao exercício da liberdade, haverá violação do direito de escolha", acentuou.

Morishita deu alguns exemplos onde se tutela a liberdade de escolha: (1) quando há venda casada; (2) quando há imposição do limite quantitativo; (3) quando há envio de produtos/serviços sem a solicitação do consumidor; (4) situação/momento vulnerável; (5) falta de informação e/ou clareza; (6) omissão de informação, entre outros. "Mas eu posso exercer sempre a liberdade de escolha? É um poder absoluto?", indagou. "A escolha pressupõe um ato consciente e livre do consumidor e pressupõe ainda a informação adequada quanto ao que escolhe", sinalizou o especialista. "A educação tem uma correlação direta com a adversidade ao risco. Quanto mais educada e consciente for a sociedade, maior a adversidade ao risco", complementou.



Cauê Vieira, diretor do Procon de Porto Alegre

Informar-se para se proteger

As novas regras para o produto que entraram em vigor em março, nortearam os debates no painel que abordou 'As novidades regulatórias dos seguros de viagem e o novo modelo das assistências para a promoção de maior confiabilidade e transparência nas relações de consumo'. O diretor da Federação Nacional de Previdência Privada e Vida (FenaPrevi) e mentor da Comissão de Assuntos Jurídicos da Federação, Washington Luís Bezerra da Silva, disse que, a exemplo de que quando o seguro de garantia entendida foi regulamentado como um produto de seguro, o seguro viagem também passou a trazer mais segurança para o consumidor. "Porque exige uma série de regras que permite uma solvabilidade muito maior para o consumidor", sinalizou.

Na sequência, os representantes da Superintendência de Seguros Privados (Susep), Adriana Hennig e Diogo Jorge, destacaram as principais diferenças do produto antes e depois da nova regulamentação e ressaltaram dados globais sobre a utilização do seguro viagem. Segundo eles, nos Estados Unidos, um atendimento médico hospitalar simples não custa menos de US\$ 7 mil, por exemplo, e em Cuba, na Venezuela e na Austrália este tipo de seguro é obrigatório em viagens

turísticas. O seguro viagem deve oferecer, no mínimo, as coberturas básicas de morte acidental e/ou invalidez permanente total ou parcial por acidente.

O diretor executivo do Procon municipal de Porto Alegre (RS), Cauê Vieira, salientou que as empresas precisam se certificar de que o cliente realmente tenha acesso a todas as informações adequadas referentes aos produtos. "Esse é o grande desafio que se apresenta às seguradoras. Adequar o produto às necessidades do cliente é o grande avanço que essa resolução traz. O óbvio muitas vezes precisa ser dito e colocado em letras garrafais", ponderou.

Informar-se para questionar



Werson Rego, desembargador do TJRJ

Em um universo onde são realizados mais de um bilhão e 200 mil procedimentos ao ano, o que representa uma média de três milhões de procedimento ao dia, a judicialização da Saúde Suplementar e a sustentabilidade do sistema estão entre as discussões que vêm ganhando cada vez mais escala no setor de seguros. Isso porque as discordâncias e os conflitos entre as operadoras de planos de saúde e de seus clientes têm parado cada vez mais nas mãos do poder judiciário.

Neste aspecto, o desembargador do Tribunal de Justiça do Rio de Janeiro, Werson Rego, sustentou a sua dissertação sob o pilar de que justiça quer dizer dar a cada um o que é seu por direito. De acordo com ele, está ocorrendo uma transferência de poder que é muito perigosa. “A pior ditadura que existe é a ditadura do judiciário. Se nós deixarmos que cada um dos 17 mil juízes que existem decidam casos concretos de acordo com as suas concepções íntimas de justiça, a gente estabelece o caos”, afirmou, alertando para o fato de que questões que seriam de alçadas de outros poderes da esfera pública estão sendo transferidas para o judiciário. “O Judiciário está virando ordenador de despesas e realizador de políticas públicas, sociais e econômicas. A sua função não é esta. Mercados precisam de estabilidade. Mercados precisam de segurança e de regras claras. Este é que deve ser o principal papel do julgador”, assinalou.

Para a presidente da FenaSaúde, Solange Beatriz Palheiro Mendes, a discussão começa pelo modelo de saúde adotado no país. “Convive com este sistema público o sistema privado, que é regido pelas regras do direito empresarial e pelo princípio da livre iniciativa. Portanto, ele tem que estar calcado nos contratos firmados entre as partes, em um equilíbrio contratual. Mas quan-



Solange Beatriz Palheiro Mendes, presidente da FenaSaúde

do se fala de equilíbrio contratual e se fala de saúde, é aí que começa o problema”, destacou. Para ela, o consumidor sempre terá o direito de questionar judicialmente, mas há uma preocupação em relação à indústria de liminares que incentiva cada vez mais comportamentos dessa natureza nem sempre buscando algo que esteja no contrato ou nas coberturas obrigatórias. “Se alguns conseguem algo que não contribuíram, esse ônus é repassado a todos os demais”, afirmou, indicando que a principal causa da judicialização é que aquele pleito que não respeita o contrato, que não respeita a regulamentação, será atendido pelo Judiciário. “Então, como resolver isso?”, indagou, informando que não há mais tempo, que o assunto é urgente, que se faz necessária uma rediscussão do modelo de saúde brasileiro atual e que a saúde suplementar está fechando no vermelho.

Informar-se para contratar

Aproximadamente 20 milhões de veículos com idades entre seis e 20 anos de uso circulam pelo país sem qualquer tipo de cobertura. A popularização do seguro – regula-

mentada recentemente pela Susep – cria um novo nicho de mercado com elevado potencial. As regras e os critérios para a operação do Seguro Auto Popular no Brasil, por meio da Resolução nº 336 do Conselho Nacional de Seguros Privados (CNSP), foram amplamente debatidas durante o painel que reuniu representantes do setor de seguros, do órgão regulador do setor, da Susep, e do Procon-RS.

Gilson Bochernitsani, diretor Regional da SulAmérica e vice-presidente do Sindicato das Seguradoras no Rio Grande do Sul (SindSegRS), demonstrou que as seguradoras já possuem uma estrutura de atendimento para os consumidores e rede referenciada pronta e habilitada para receber os carros e repará-los, mas antecipou que ainda não há seguradoras comercializando este produto.

Ele reiterou um dos principais pleitos do mercado segurador em relação à circular da Susep: a oferta



**Portal Nacional
de Seguros**

www.segs.com.br

**O Mundo do Seguro em um Click
A maior Audiência do segmento**

CONHEÇA O NOVO SITE DO XVII CONEC!

PROGRAMAÇÃO, ATRAÇÕES,
NOTÍCIA E MUITO MAIS.



SINCOR | SP

AINDA NÃO FEZ A SUA INSCRIÇÃO?

APROVEITE CONDIÇÕES DE PARCELAMENTO

ACESSE AGORA MESMO!
www.xviiconec.com.br

de peças que atenda a demanda de sinistros com garantia de qualidade. Segundo ele, além das peças usadas já autorizadas pela Lei Federal 12.977, conhecida como a 'Lei do Desmonte', será necessária a utilização de peças genéricas, compatíveis com as peças originais, para que haja uma oferta mínima que atenda aos serviços contratados pelo consumidor e que torne o produto competitivo. "A peça genérica não é uma peça de baixa qualidade, até porque a seguradora irá assumir a responsabilidade sobre o conserto do veí-

Dias, falou sobre outros pontos que as seguradoras estão questionando como a idade dos veículos que podem contratar o seguro auto popular. "Nós discutimos internamente, com os procuradores e o corpo técnico da Susep, e o nosso entendimento foi de que deve caber ao consumidor decidir se ele irá contratar esse seguro ou não. Ele que decidirá se escolhe por perder a garantia de fábrica, se ele tiver um carro com cinco anos ou três anos de garantia, e optar por uma peça remanufaturada, ou não", disse, citando ainda que as seguradoras

(Senacon) do Ministério da Justiça, funciona como um canal para soluções de conflitos. "Uma empresa que não adere ao Consumidor.Gov, parou na história. O consumidor de hoje precisa de uma resposta rápida e mais do que isso: uma resposta dada por aquele que criou o problema, que é o fornecedor", salientou Claudia Francisca Silvano, diretora do Procon-PR e presidente da Associação ProconsBrasil.

A fim de ampliar a disseminação do portal, a CNseg está desenvolvendo e deve finalizar ainda neste semestre o Boletim Consumidor.Gov para o mercado de seguros. "A grande democracia que o boletim traz é um encontro de *stakeholders*, de atores deste mercado que é interdependente", disse Gabriela Ourivio Assmar, membro das comissões de Ouvidoria e de Relações de Consumo da CNseg, referindo-se aos 70% das empresas do setor de seguros que já estão cadastradas no Consumidor.Gov.

De acordo com ela, essa presença da empresa já demonstra uma credencial de transparência já que este é um canal onde a empresa escolhe se quer participar ou não, ao contrário de outros. "Nas redes sociais, por exemplo, o consumidor está se tornando hiper-suficiente, já que a reclamação viraliza e a resposta (da empresa) não viraliza", pontuou. "Estar no Consumidor.Gov quer dizer: eu sou uma empresa que quer resolver o seu problema", concluiu.



Representantes do setor falam do Seguro Auto Popular

culo. Estamos falando de peças do mesmo fabricante da peça original, mas que não tem o 'selo' da marca. Será obrigatória a informação sobre a procedência das peças", elucidou.

Flávia do Canto, diretora executiva do Procon-RS, discorreu sobre a função social do contrato de seguro, mas questionou a proteção ao consumidor na pré-venda. "Eu me preocupo com a fase pré-contratual de como isso será ofertado ao consumidor. Quem dará a garantia sobre a peça genérica?", indagou, ponderando que trata-se de um produto novo, um produto bom, mas que requer treinamento para as seguradoras e instrução aos consumidores. "A educação ao consumo passa pelos dois pólos, consumidor e fornecedor, e a partir daí conseguiremos harmonizar para que nós, Procons, não precisemos atuar com poder de polícia. Apenas na mediação", finalizou.

A representante da Susep, Rosana

precisarão oferecer, no mínimo, a cobertura contra colisão.

Informar-se para solucionar

O portal Consumidor.Gov é uma plataforma de informação, interação e compartilhamento de dados, monitorada pelos Procons e pela Secretaria Nacional do Consumidor



Claudia Francisca Silvano, durante explanação

TECNOLOGIA NO SETOR DE SEGUROS

► Muitos desafios e grandes oportunidades

O Ciab FEBRABAN é o maior evento de TI para o setor financeiro da América Latina. Venha participar da Trilha de Seguros, um fórum de conhecimentos e debates com especialistas e consultores sobre os temas mais importantes do mercado brasileiro de seguros.

Conheça alguns temas da Trilha de Seguros desenvolvidos em parceria com a CNseg (Confederação Nacional das Empresas de Seguros Gerais, Previdência Privada e Vida, Saúde Complementar e Capitalização):

- ◆ Novas Aplicações em Dispositivos Móveis
- ◆ Transformação Digital no Canal de Vendas
- ◆ Microseguro X Canal Digital
- ◆ Seguradoras – Alavancando produtividade em Backoffices
- ◆ A Case of Use of Graph Analytics in Health Insurance Management: Unlocking Insights from Relationships Among Physicians and Patients
- ◆ The Internet of Insurance Things and the Rise of Next Generation Insurance

INSCREVA-SE! VAGAS LIMITADAS.

Confira no site as condições especiais para os Associados FEBRABAN e para os Associados dos Parceiros Estratégicos e Apoiadores. Acesse: www.ciab.com.br

REALIZAÇÃO

FEBRABAN

Federação Brasileira de Bancos

Siga-nos nas redes sociais e confira os conteúdos exclusivos do CIAB FEBRABAN.



@CiabFEBRABAN



linkedin.com/company/ciab-febraban

PATROCINADORES
PLATINUM

Atos

ca
technologies

Capgemini
CONSULTING. TECHNOLOGY. OUTSOURCING

cetip

30 Anos

CIP 15
Eficiência, Provedor e
Participação no Cadeia de Valores

CISCO

DELL

Deloitte

EMC²

**Hewlett Packard
Enterprise**

HUAWEI

IBM

GRUPO NEW SPACE
A Visão do Futuro

Symantec

OURO

OKI
Open up your dreams

Perto

SAP

SCOPLYS

EY
Building a better
working world

infobip

KPMG

Qlik

redhat

technisys
The next big thing workspace

vert
Tecnologia
Transformando
Resultados

Zup

BRONZE

ATENTO

axway

Bradesco

BRQ

Celb

Embratel

GNCR

vivo

PARCEIRO ESTRATÉGICO

ABBC

ABI

abvcs

ACREFI

ANBIMA

CNseg

APOIO

abrasca

ANCOR

ANEPS

ANIT

ASACA

PARCEIRO DE MÍDIA

SEGURO TOTAL

Cinco insights para as seguradoras alcançarem o mundo digital

Como empresas de seguros podem se adaptar às necessidades dos novos clientes

Com a mudança nas relações de consumo, o mercado segurador tem o desafio de se reinventar para atender um público que exige rapidez e praticidade. A geração Y traz um novo modelo mental no que tange à qualidade na prestação de serviços e representa hoje dois importantes grupos: os principais consumidores e os futuros entrantes no mercado de seguros quando falamos em apólices de seguro automóvel, por exemplo.

De acordo com o presidente do Google no Brasil, Fábio Coelho, 70% das pessoas que possuem seguros têm acesso à internet e 40% do processo de compra e renovação de apólices é originada da rede.

Confira cinco insights para as seguradoras que desejam alcançar o mundo digital:

1. A mudança começa de dentro pra fora

Em primeiro lugar, as seguradoras devem buscar o aprimoramento de mecanismos internos. Não adianta implementar uma série de inovações para o cliente se os setores internos de uma empresa não acompanharem essa mudança. Como exemplo, André Gregori, ex-presidente da BTG Seguridade e fundador do projeto ThinkSeg, plataforma de serviços de seguros online, diz que utilizará as redes sociais como forma de captar perfil dos clientes. O movimento impacta profundamente na gestão de setores internos e na especialização de funcionários.

2. Internet das coisas

De acordo com pesquisa realizada pelo Gartner, o ano de 2016 é um momento de transição da utilização do conceito de Internet das Coisas. Com o avanço constante de IoT (Internet das coisas), com uma série de tecnologias inovadoras, têm o potencial de transformar a indústria de seguros de forma impressionante. Por exemplo, o uso de *smartwatches* que servem para monitorar a frequência cardíaca e as atividades dos usuários, ajudarão cada vez mais as empresas de seguro de vida a fazerem estimativas mais precisas sobre a expectativa de vida de seus clientes.

3. O Cyber Seguro

Um nicho ainda pouco explorado pelas seguradoras brasileiras, porém com grande potencial de crescimento é



o seguro cibernético. Isso porque com a adoção de novas tecnologias as empresas acabam ficando expostas à ataques de hackers maliciosos, deixando vulneráveis base de dados confidenciais como informações sigilosas de clientes, por exemplo. Segundo a companhia de pesquisas Micro Market Monitor, o mercado latino de cibersegurança deve crescer em torno de 17,6% por ano até 2020 e o Brasil responderá por mais da metade dos investimentos das organizações no continente nos próximos cinco anos.

4. TI Bimodal

A TI Bimodal é a combinação de duas linhas de desenvolvimento em tecnologia. O conceito de TI bimodal é a prática de gerenciar dois modelos separados e coerentes de TI, um deles focado no serviço e análise de resultado e o outro focado na agilidade e inovação. O Gartner estima que 75% das empresas terão uma abordagem bimodal até 2017. Para as seguradoras, o TI Bimodal já é uma realidade. Já existem áreas específicas de inovação focadas em atender a área de novas tecnologias, novos produtos e relacionamento, combinada com outra parte da TI que cuida dos servidores de grande porte e *mainframes*.

5. Big Data

O Big Data está entre as estratégias essenciais de sobrevivência das seguradoras no futuro, graças à sua capacidade de processar e analisar grandes quantidades de dados, provenientes de múltiplas fontes para gerar insights de negócio. A inteligência proporcionada pelos dados é um diferencial competitivo para sair na frente dos concorrentes em qualquer mercado, pois permite entender comportamentos do público e também desempenho das equipes internas e o setor de seguros não é exceção.

Fonte: WDEV

3300

Corretores de Seguros em todo o Brasil já estão conquistando mais resultados com o iSeg.

O aplicativo GRATUITO que ajuda o Corretor de Seguros a Vender Mais.

O iSeg reúne, em um só lugar, apresentações estruturadas e sempre atualizadas, dos principais produtos e serviços disponíveis no mercado segurador e que podem ser utilizadas pelo Corretor de Seguros no momento da venda aos seus clientes. E tem mais: as apresentações são personalizadas com o logotipo da sua Corretora!

Aumente suas oportunidades de maneira inteligente: saiba mais acessando iconeseg.com.br e baixe o iSeg nos computadores e tablets da sua Corretora.



iSeg : A Maneira Inteligente de Vender Mais!

revista seguro total • www.planetaseguro.com.br • 2016



iSeg

Erros que custam caro

Por que no Brasil é tão difícil assegurar a proteção em construções?

Seguro Decenal existe há quatro anos mas só a Essor Seguros oferece esse tipo de cobertura no país

A falta de cultura de prevenção de riscos e qualidade construtiva em obras públicas no Brasil e a não obrigatoriedade de contratação de um seguro específico por parte do governo são dois pontos importantes que reacendem debates sempre que há uma tragédia, como a queda de parte da ciclovia Tim Maia, em São Conrado (RJ), que ocorreu no último mês de abril. Desastamentos como esse, que resultam muitas vezes em mortes pelo país afora, poderiam ser evitados caso fossem implementadas mudanças que, de fato, beneficiem a qualidade das construções civis brasileiras.

Enquanto isso, países europeus com uma vasta cultura de prevenção, como Alemanha, Bélgica, Luxemburgo, França e Espanha, assim como as cidades de Xangai e Cidade do México, já regulamentaram a obrigatoriedade da contratação do chamado seguro decenal, que tem como objetivo apontar eventuais falhas estruturais ou do projeto. No Brasil, somente a Essor Seguros encontra-se com produto homologado junto à Susep desde 2012. O produto foi trazido pela seguradora com a finalidade de ser também uma ferramenta auxiliar ao construtor para a melhoria da qualidade técnica na execução da obra, mitigando os riscos antecipadamente.



Trecho da ciclovia Tim Maia que desabou na Av. Niemeyer, no Rio de Janeiro

O decenal garante a cobertura de todos os prejuízos originados por problemas estruturais no prazo de dez anos após o término da construção. A cobertura básica abrange danos relevantes aos elementos estruturais (fundação, alicerces, pilares, muros, elementos moldados, vigas e elementos pré-fabricados) que comprometam sua estabilidade e apareçam em decorrência direta de erros de projeto, defeitos de execução ou nos materiais empregados.

A diretora técnica da Essor, Rosane D'Avila explica que o produto é uma ferramenta de extrema importância, principalmente, na prevenção de riscos, pois prevê a atuação de um controlador técnico que realiza análise prévia dos projetos arquitetônicos e estruturais, com foco na adequação do projeto ao local, suas condições climáticas e geológicas (influência de ondas, ventos atuantes etc.); verificação da memória de cálculo, da compatibilidade com características físicas e verificação do sistema adotado. "O objetivo é evitar que haja erro de projeto e, conseqüentemente, um sinistro. Esta atuação do controle técnico durante a fase de execução da obra colabora na certificação da boa qualidade de sua execução, além da obediência ao projeto", salienta.

Foto: Christophe Simon/AFP - g1.globo.com



O produto – acrescenta Rosane – visa garantir uma maior proteção ao risco e portanto, são solicitados uma série de documentos e informações, dentre eles: memoriais descritivos com caderno de especificações, orçamentos, relatórios de sondagem, os quais serão avaliados pela equipe de engenheiros da Essor e do Controlador Técnico. “O seguro decenal protege as construtoras/incorporadoras e donas do empreendimento, mas em última análise o consumidor final é o maior beneficiário deste seguro, pois ele garante segurança ao mercado de construção civil.

Como funciona

O seguro passa por um processo de subscrição diferenciado, com a análise detalhada de informações e apresentação de questionários, relatórios com estudo geotécnico, boletins de sondagens e hidrológicos, projetos, orçamento (cronograma físico financeiro), memorial descritivo de obra, com caderno de especificações técnicas, experiências dos projetistas e/ou escritório de projetos, além de outros em função do tipo de obra/construção.

“Cabe ainda ressaltar que todo o período de construção é acompanhado por empresa especializada que emitirá relatórios sobre o empreendimento com foco em

Prevenção de Riscos. O seguro é extremamente técnico e fornece ao segurador e ao consumidor uma proteção; além disso disponibiliza um acompanhamento com foco em prevenção de riscos por empresas especializadas”, acentua Rosane, da Essor.

Falta de cultura

A Essor Seguros é a única seguradora a oferecer tal cobertura no mercado brasileiro. Rosane D’Avila conta que, em 2012, quando a companhia trouxe o produto, deparou-se com a falta de cultura de prevenção de riscos, fiscalização e qualidade construtiva em obras públicas e privadas no Brasil. “Os acidentes e desastres ainda são vistos por aqui como falta de sorte ou causados pela fúria da natureza. Portanto, o seguro não deslançou no primeiro momento”, comenta. “A falta de cultura do público alvo e/ou a falta de uma legislação que considere necessidade/obrigatoriedade de uma proteção securitária dificultam a comercialização do seguro”, considera.

Hoje, tramita na Câmara dos Deputados um projeto para alterar a Lei das Licitações (8.666), que estipula que as empreiteiras contratadas pelo poder público ofereçam uma garantia de apenas 5 a 10% do valor da obra, e incluir a exigência de um seguro total. “A cobertura de 100%, oferecida pelo seguro decenal é essencial, e a nossa expectativa é que a lei passe a frisar ainda a importância de um seguro voltado à qualidade construtiva, não somente à obrigação do término da obra no prazo acordado. A previsão é que esse tipo de seguro, nos próximos anos, tenha uma importância em obras seguradas de aproximadamente R\$ 2 bilhões no país”, projeta.



Rosane D’Avila, diretora técnica da Essor Seguros

Sustentabilidade em tempos de crise

* Por Rodolfo Nardez Sirol

Vivemos em um período de recessão econômica. Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), a produção da indústria brasileira em 2015 teve uma redução de 8,3%. Diante deste cenário, os agentes econômicos estudam alternativas para a contenção de custos sem perder a competitividade no mercado. Mas, nem sempre a saída é cortar despesas. Investir para melhorar a eficiência também é preciso.

E por que não investir na mitigação de carbono, reciclagem, uso racional de energia elétrica e de água? Com o engajamento para conter o aquecimento global, após a Conferência do Clima (Cóp-21), países deram a largada para a economia verde e empresas ganharam um estímulo para rever os seus processos operacionais para se tornarem mais sustentáveis. A definição de políticas públicas para incentivar a redução de gases de efeito estufa pode potencializar ainda mais este movimento.

O relatório intitulado "O argumento comercial para a economia verde: retorno sustentável do investimento", produzido pelo Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (PNUMA) em parceria com a SustainAbility e a GlobeScan, apresenta dados econômicos convincentes que mostram as vantagens da economia de baixo carbono em ação.

Segundo o relatório, uma conhecida companhia multinacional de bens de consumo chega a economizar por ano, mais de US\$ 10 milhões, por meio de um plano que integra a sustentabilidade aos seus modelos de negócio. Cerca de 12,5 milhões de lares em todo o globo, que consomem seus produtos, economizam em média 30 litros durante a lava-



* Rodolfo Nardez Sirol é diretor de Sustentabilidade e Meio Ambiente da CPFL Energia

gem de roupas. Outro exemplo é uma indústria de processamento de alimentos que economizou, aproximadamente, US\$ 700 mil e 338.400 m³ de água em três anos com o seu programa de redução de consumo dos recursos hídricos.

Aqui no Brasil, estimativas da Associação Brasileira das Empresas de Serviços de Conservação de Energia (Abesco) revelam que a queda da produção industrial resultou no aumento de 3% do desperdício de energia elétrica no ano passado. Ou seja, esteiras em linhas de produção que carregavam um determinado volume de produtos, utilizam hoje a mesma energia para carregar um número menor, além de áreas iluminadas que permanecem acesas sem necessidade. Por isso, ações de fomento à eficiência energética podem trazer um benefício direto às empresas em um curto prazo de tempo.

A troca do sistema de iluminação convencional por um modelo mais eficiente pode ser o primeiro passo. Uma lâmpada LED custa 10 vezes mais que uma lâmpada comum, porém, dura cinco vezes mais e reduz o consumo de energia elétrica entre 40

e 80%. Além disso, cada MWh/ano de energia economizada evita a emissão de 0,12 toneladas de CO₂, e o retorno no investimento pode ser de um a dois anos, dependendo do projeto.

A micro e mini geração distribuída, regulamentada em 2015 pela Agência Nacional de Energia Elétrica (Aneel), é outra possibilidade para as indústrias que desejam conciliar sustentabilidade e redução de custos, produzindo a própria energia a partir de fontes renováveis alternativas. As empresas que investem em energia renovável terão, sem dúvida, importante ganho na reputação, além de contribuir para que o País cumpra as metas no Acordo sobre Mudança Climática de Paris. Na Cóp-21, o Brasil se comprometeu a elevar de 10% para 23% o uso dessas fontes na matriz elétrica até 2030.

Investir em sustentabilidade pode ser uma estratégia inteligente em um momento de crise. Empresas em transição para mitigar os seus impactos ao meio ambiente podem ter suas vendas impulsionadas, inclusive melhorando a reputação da marca. Basta encararem a crise como uma oportunidade para se reinventarem.

VEM AÍ XVI TROFÉU GAIVOTA DE OURO



MILENA MACHADO

Transmissão de boletins ao vivo pela TV
Inscrições e informações

Até 30/05/2016 - Tel.: (11) 3884-5966
francisco@revistasegurototal.com.br



“O seguro na sociedade e na economia do Brasil”

Estudo da Fundación Mapfre traz um panorama inédito sobre a contribuição social e econômica do seguro para o mercado brasileiro

Se o seguro não existisse, teria de ser inventado. Essa é a frase de abertura do estudo “O seguro na sociedade e na economia do Brasil”, que foi apresentado ao público na manhã do dia 19 de maio, no auditório do SindsegSP, em São Paulo. Para o lançamento, que foi concebido com a contribuição de agentes institucionais, órgãos reguladores e profissionais do setor, o evento contou com a presença do doutor em economia José Antonio Herce, que apresen-



Wilson Toneto, CEO da Mapfre Regional Brasil

Acesse nosso portal

De cara nova
agora mais rápido, dinâmico
e interativo!

www.planetaseguro.com.br

PLANETA SEGURO

Novo portal - um seguro Chubb inovador!

CHUBB

INÍCIO REVISTA NOTÍCIAS PRÊMIO STTV COLABORADORES ENTIDADES EVENTOS ANUNCIE CONTATO

Destaque

PRÊMIO SINCOR-SP CORRETOR DE SEGUROS EMPREENDEDORAS

Sincor-SP premiará ideias empreendedoras

Clipping

Nome

E-mail

Pesquisar

Publicidade

Últimas Notícias

- 13/06/2016 - Yasuda Marítima contrata executivo para integrar estratégia de crescim...
- 13/06/2016 - Dalphos será homenageada pelo CVG-SP
- 13/06/2016 - Chubb foi a Seguradora Oficial de torneio beneficente de golfe
- 13/06/2016 - CAPEMISA aposta no segmento universitário
- 13/06/2016 - Reajustes dos planos de saúde não levam em conta apenas índice da

Agenda

- XVII Conec - Congresso dos Corretores de Seguros
- Conah 2016 - Congresso Nacional sobre Gestão de Pessoas
- Clab Febraban 2016

Atualização diária, cobertura de eventos,
download da revista eletrônica,
mais de 70 mil mensagens enviadas por dia.



Acesse também: www.revistasegurototal.com.br



José Antonio Herce, economista

tou as peculiaridades do estudo.

Desenvolvido pela Fundación Mapfre, instituição sem fins lucrativos que promove atividades de interesse geral da sociedade em linha com os princípios institucionais da companhia, em parceria com a AFI – Analistas Financieros Internacionales, uma das maiores consultorias da Europa, o estudo apresenta comparativos entre a penetração do mercado de seguros na América Latina e no Brasil.

Entre os resultados, destaca que o Brasil tem ganhado expressão no mercado segurador. Nos segmentos de não vida (auto e danos), a América Latina tem 3,5% do PIB segurado, enquanto o Brasil, isoladamente, atinge a marca de 1,7% desse montante.

“Fruto do trabalho de formação e disseminação da cultura de seguros promovido pela Fundación Mapfre, o estudo confirma a importância social e econômica do seguro para a sociedade brasileira, apresentando uma análise sobre os diferentes aspectos dessa atividade em nosso país”, afirma Wilson Toneto, CEO da Mapfre Regional Brasil.

Com conteúdo variado descrito em 140 páginas, o estudo traça um panorama atual do mercado segurador brasileiro apresentando os

principais temas que envolvem o desenvolvimento da atividade em seus diferentes setores de atuação, como automóveis, agrícola, saúde, vida, previdência, riscos especiais etc. Entre os temas, segundo o estudo, o que mais se destaca no Brasil é o de saúde suplementar, que tem conquistado famílias brasileiras à procura de uma cobertura cada vez mais completa.

A partir de estimativas e argumentos que confirmam a contribuição social e econômica do seguro no Brasil, a publicação dá a oportunidade de entender como o setor funciona em economias emergentes. “O seguro permite que as pessoas, empresas e entidades públicas façam o seu planejamento financeiro e de gerenciamento de riscos. Estar segurado, muitas vezes, pode significar a diferença entre manter a estabilidade econômica financeira diante de uma situação adversa e inesperada, que possa comprometer toda a renda familiar”, comenta Herce.

O trabalho ainda destaca a rápida adaptação às mudanças que o mercado brasileiro de seguros tem promovido para se aproximar do segurado e atuar, cada vez mais, como instituição responsável pelo futuro e o bem-estar da sociedade.



ESTAMOS COMEMORANDO 10 ANOS DA IKÊ NO BRASIL.

**Não se preocupe,
seu problema está
em nossas mãos!**

“Somos uma empresa de pessoas que atende pessoas, nossos colaboradores são o centro da importância no atendimento de excelência de qualidade para os nossos clientes, fator que nos diferencia do mercado”.

José Fernando Canasi
CEO Latam

**Assistência 24 horas
Concierge - BPO**

Tel.: (55) 11 2101 2800
Alameda Rio Negro, 500
Bloco B | 11º andar
Alphaville | Barueri | SP
CEP 06454 000
comercial@ikeassistencia.com.br

Siga-nos



www.ikeassistencia.com.br

Uma ideia tem o poder de revolucionar.

As grandes ideias, cada qual em seu tempo, majestosas ou simples, são essenciais para o progresso da humanidade. A Sistemas Seguros acredita no poder das ideias, por isso, há 25 anos acreditou que poderia revolucionar o mercado de seguros com soluções inovadoras, pioneiras e exclusivas.

Em 2016, completamos 25 anos com você ao nosso lado. É tempo de comemorar, pois em meio a ideias e revoluções, sabemos que o segredo é sempre evoluir.

Conheça quem está há 25 anos no mercado e é referência no que faz.

O sistema ideal para sua corretora está aqui!



actwork



PROFESSIONAL

Grandes e Médias Corretoras.



STANDARD

Médias e Pequenas Corretoras.



FAST

Pequenas Corretoras e Pessoas Físicas.



MULTICÁLCULO

Automóveis.



BI

Seguros.



ASSINATURA ELETRÔNICA



MOBILE



Av. Angélica, 927 • 4º, 5º e 6º andar • Santa Cecília • São Paulo

Tel: 11 3664.2040 | sistemas-seguros.com.br

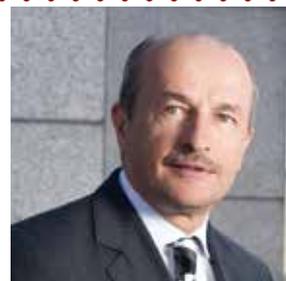


Allianz

Eduardo Grillo assume a Diretoria Executiva da Divisão Comercial da Allianz Seguros e passa a ser membro do Comitê Executivo da companhia. Grillo está na seguradora há dez anos, tendo ocupado até então o cargo de diretor da Regional Sul. Graduado em ADM, pós-graduado em Planejamento e Análise de Investimentos e em Estratégia e Organização.

BB e Mapfre

Com mais de 16 anos de atuação na área comercial da seguradora, o executivo Raphael de Luca Junior acaba de assumir o cargo de diretor geral da Rede Mapfre e Canais do Grupo Segurador Banco do Brasil e Mapfre. Luca é responsável por toda a estratégia da área comercial da marca em território brasileiro. O executivo é formado em Ciências Contábeis e Atuariais, com MBA em Gestão de Seguros.



IRB Brasil RE

O economista Tarcísio José Massote de Godoy é o novo presidente do IRB Brasil RE. Tarcísio Godoy é mestre em Economia pela Universidade de Brasília. Iniciou sua carreira como Engenheiro de Portos e Vias Navegáveis da Companhia Docas da Bahia em 1986. A partir de 1992, ocupou vários cargos no setor público federal.

Orizon

A Orizon conta, desde 1º de junho, com a experiência de Mario Martins como novo presidente. Ele sucede Rodrigo Bacellar, que foi para a OdontoPrev. Engenheiro formado pela Universidade Federal do Rio de Janeiro, Martins possui uma ampla experiência no setor financeiro e já foi diretor comercial da empresa entre 2012 e 2014.



A GRANDE JORNADA PELO MUNDO DOS SEGUROS

Às segundas-feiras, das 7 às 8 horas

RÁDIO IMPRENSA FM 102,5

APRESENTADO POR PEDRO BARBATO FILHO



O que é Habilidade Técnica Superior?

É atingir os padrões mais exigentes.

É o toque humano que combina arte e ciência para criar algo único.

Temos a tendência em associar habilidade técnica superior a coisas físicas: vinhos finos, carros clássicos, móveis personalizados e estruturas diferenciadas.

Mas, e sobre a subscrição de seguros sob medida para proteger suas coisas únicas e valiosas?

E o serviço por trás daquela cobertura quando você mais precisa - como sinistros e prevenção de perdas?

Seu negócio.

Seus funcionários.

Sua casa.

As pessoas que você ama.

Coisas que precisam de uma proteção especial e de serviços.

Do tipo que a Chubb oferece.

Não apenas coberturas. Habilidade Técnica Superior.

Na Chubb você não estará apenas segurado.

Chubb. Insured. SM

new.chubb.com

CHUBB

O melhor arremesso não vem por acaso.
Afinal, nos Jogos Rio 2016 e na vida, a regra
é a mesma: preparação. É melhor ter.



Jogo de basquetebol

Estes traços representam o treinamento de um jogador de basquetebol durante um mês. Porque, para chegar lá e participar dos Jogos Rio 2016, ele sabe que tem que se preparar. E treinar muito.

Bradesco Seguros, orgulho em patrocinar os Jogos Rio 2016 e o Time Brasil.



PATROCINADOR
OFICIAL

SAC - Serviço de Atendimento ao Consumidor: 0800 727 9966

SAC - Deficiência Auditiva ou de Fala: 0800 701 2708

Ouvidoria: 0800 701 7000

bradescoseguros.com.br



@BradescoSeguros



facebook.com/BradescoSeguros



Bradesco Seguros

É melhor ter.