

REVISTA

SEGURO TOTAL

Ano X
Nº 102
R\$ 14,00



Sistemas Seguros

Metas para 2010 incluem gestão, acompanhamento de processos e foco no pequeno corretor

Silvio Gardin, diretor de desenvolvimento

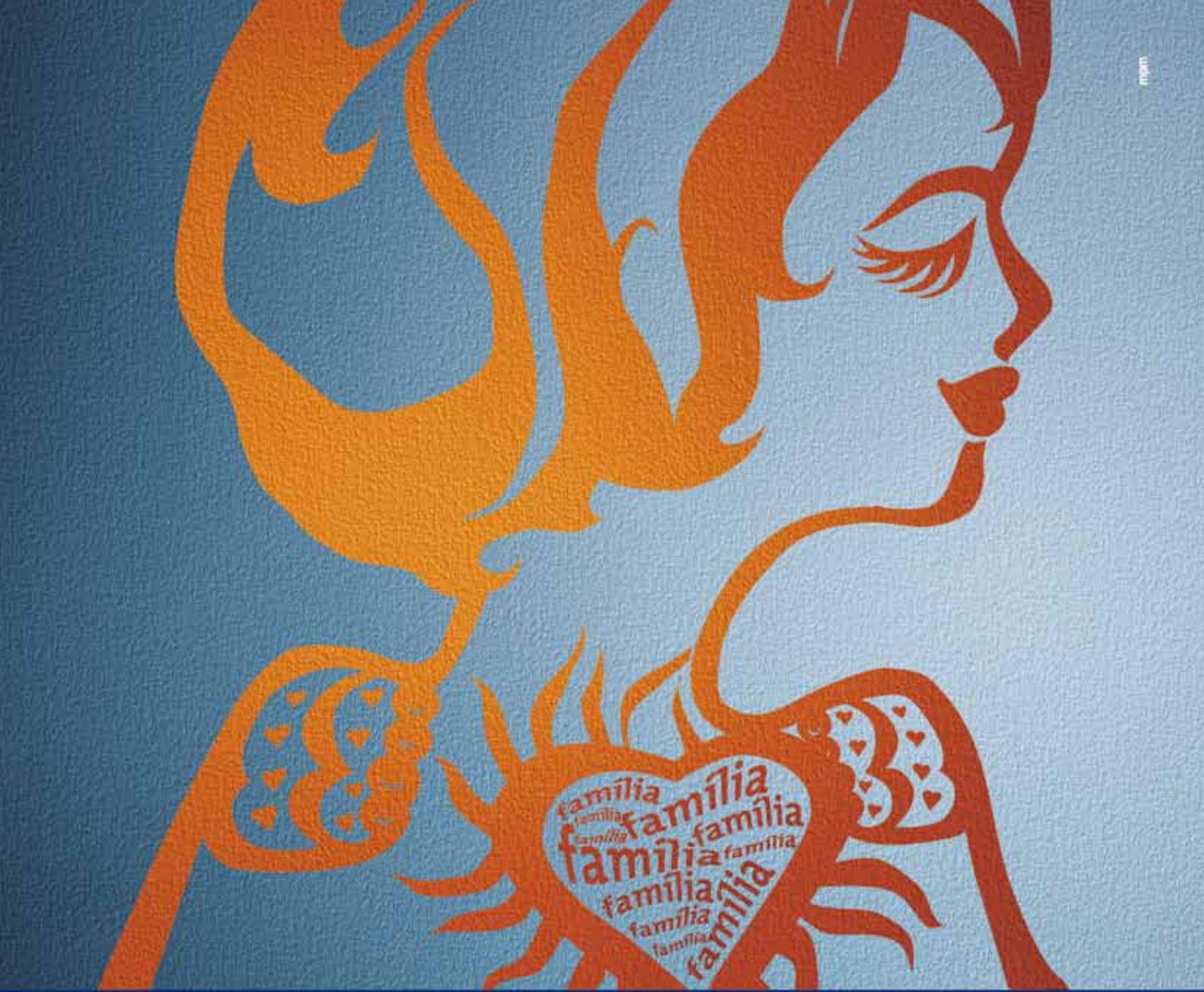
Companhias divulgam balanço e indicam crescimento

APTS debate os temores do corretor de seguros

Diretor da OdontoPrev fala sobre expansão da empresa

Mercado aponta crescimento do resseguro para 2010

TI: parte essencial para o sucesso de uma seguradora



**SulAmérica Você Mulher. Um seguro de vida muito fácil de vender.
Porque nada é mais importante para uma mulher do que proteger sua família.**

A SulAmérica está lançando o SulAmérica Você Mulher. Um seguro de vida feito especialmente para as mulheres. Com o SulAmérica Você Mulher ela não só garante a segurança de sua família como tem muitas vantagens: serviço "faz tudo", nutricionista, personal fitness, segunda opinião médica internacional, assistência gestante, assistência filhos e muito mais. E quanto mais vantagens, mais fácil para você vender. Não perca tempo. Contate já seus clientes e ofereça mais essa novidade da SulAmérica.

SulAmérica

associada ao **ING** 

Boas perspectivas para 2010

Depois de um ano conturbado por conta da crise financeira que afetou fortemente a economia mundial, 2010 dá sinais de que será melhor.

Nesta edição, conversamos com as principais resseguradoras atuantes no Brasil a fim de verificar como tem andado o mercado desde o fim do monopólio, que completará três anos no mês de abril, e verificamos que as perspectivas para o período são bastante otimistas.

Outro segmento que apresenta sinais de crescimento é a área de Tecnologia da Informação di-

recionada ao mercado segurador. Entrevistamos seguradoras e algumas das mais conceituadas empresas de TI a fim de analisar questões como as soluções mais indicadas, a relação custo x benefício e as perspectivas do setor para 2010.

A Revista Seguro Total traz ainda os balanços das seguradoras, que apresentaram bons resultados em 2009; notícias do mercado; o vai e vem das empresas de seguros, entre outros temas.

André Pena e José Francisco

Sumário

4 a 13	ACONTECE
14 a 17	CAPA
18	ENTREVISTA
19 a 22	EVENTO
24 a 27	MERCADO
28 a 38	ESPECIAL
40 e 41	BALANÇO
42	CARREIRA & COMUNICAÇÃO

Expediente

Edição Nº 102 - Ano X

Editor

José Francisco Filho
MTb 33.063

Jornalista Responsável

Paula Craveiro
MTb 39.316
paula@revistasegurototal.com.br

Diretor de Marketing

André Pena
andre@revistasegurototal.com.br

Diretor Comercial

José Francisco Filho
francisco@revistasegurototal.com.br

Publicidade

Graciane Pereira
graciane@revistasegurototal.com.br

Designer Gráfico

Cleber Fabiano Francisco

Webdesigner

Lukasz Izai Torres Fokin

Periodicidade: mensal

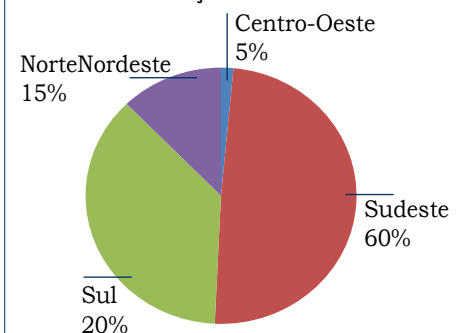
Edição Final

Publseg Editora Ltda.
seguro-total@uol.com.br
Redação, administração
e publicidade

Rua José Maria Lisboa, 593
conj. 5 - CEP 01423-000
São Paulo - SP
Tels/Fax: (11) 3884-5966
3889-0905

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

DISTRIBUIÇÃO NACIONAL



www.planetaseguro.com.br

Brasilprev lança portal de governança corporativa

A Brasilprev, uma das líderes do setor de previdência privada, lançou seu novo portal na internet. Inovador, o Portal de Governança Corporativa, além de tornar ainda mais transparente e dinâmica as melhores práticas de gestão adotadas para a Brasilprev, proporciona diversas possibilidades e serviços para os acionistas e para o público interessado, algo cada vez mais necessário na era da informação. Justifica-se, ainda, a implantação de tal serviço pelo fato de os administradores, membros do Conselho de Administração da Brasilprev, estarem baseados em localidades tão diferentes e distantes entre si, como os Estados de São Paulo, Rio de Janeiro e Brasília e até em outros países, como Chile e Estados Unidos.

Entre os serviços que o portal oferece destaca-se uma área na qual os membros, mediante uso de login e senha, podem acessar todas as atas e pautas, registrar seus comentários e consultar o material das reuniões remotamente, sempre proporcionando comunicação rápida, transparente e segura com acio-

nistas e o mercado.

O coordenador de Governança Corporativa, Rodrigo Pecchiaie, que elaborou e gerencia todo o portal desde meados de 2007, quando foi idealizado, ressalta o apoio da alta administração da Brasilprev que sempre incentivou a adoção de instrumentos e práticas inovadoras, além do envolvimento da área, que foram fundamentais para a concretização do portal.

De acordo com Pecchiaie, há atualmente em todo o Brasil mais de 400 empresas de capital aberto, mas nem todas oferecem um portal de Governança Corporativa na internet tão interativo – algo preconizado e fomentado pelo Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC) no Código das Melhores Práticas de



Governança Corporativa e no próprio Guia de Orientação para implementação de Portal de Governança. “O investimento para adoção das práticas adequadas de governança corporativa é um seguro para a empresa e a área não é focada só em documentos, mas, sim, nas informações e decisões neles contidas, fazendo com que as mesmas adquiram vida e percorram as instâncias devidas, sendo burocrática sem ser”, finaliza.

Bradesco Seguros e Previdência patrocina “Jogo das Estrelas”

A Bradesco Seguros e Previdência, líder no mercado de seguros da América Latina, esteve presente pelo quarto ano consecutivo como patrocinadora do “Jogo das Estrelas”, partida de futebol beneficente organizada pelo jogador de futebol Zico.

A disputa reuniu ex-jogadores e craques da atualidade, como o próprio Zico, Romário, Edmundo e Adriano. Realizada em 27 de dezembro no Estádio do Maracanã, no Rio de Janeiro, o jogo reuniu 72 mil pessoas e foi transmitido ao vivo pelo canal SporTV para todo o País.

A Bradesco Seguros e Previdência aproveitou esse grande momento do esporte para divulgar em painéis luminosos distribuídos em torno do famoso gramado, que será palco da final da Copa do Mundo de 2014, os seus produtos e a importante orientação: “Faça Seguro: Fale com seu corretor”.

Além disso, Zico e Romário, grandes ídolos da história do futebol

brasileiro, aproveitaram o momento de confraternização e selaram, diante de todos, a paz entre eles.



Os jogadores Zico e Romário participaram do Jogo das Estrelas, no Rio de Janeiro



Ensino a Distância

De longe, a sua melhor opção!

Para quem não tem tempo nem disponibilidade para frequentar os cursos presenciais, a Escola Nacional de Seguros oferece vários cursos a distância sobre temas ligados ao mercado de seguros. A metodologia e os materiais utilizados têm a marca da Escola, o que assegura a qualidade do aprendizado.

Técnicos

Básico de Seguros
Contabilidade Aplicada ao Seguro
Princípios Básicos de Resseguro
Procedimentos Operacionais para Corretora de Seguros
Saúde Suplementar - Fundamentos Técnicos
Seguro de Responsabilidade Civil Geral
Seguro Garantia

Preparatórios para Exames de Certificação Internacional

Introdução a Sinistros
Introdução à Subscrição de Riscos
Introdução ao Gerenciamento de Riscos
Introdução ao Seguro de Bens e Responsabilidade Civil

Preparatórios para Exames de Certificação Técnica - Corretoras

Atendimento ao Público - 3 Segmentos (Inclui Seguros, Capitalização e Vida e Previdência)
Venda Direta - Segmento Capitalização
Venda Direta - Segmento Seguros
Venda Direta - Segmento Vida e Previdência

Preparatórios para Exames de Certificação Técnica - Seguradoras

Atendimento ao Público - Segmento Capitalização
Atendimento ao Público - Segmento Seguros
Atendimento ao Público - Segmento Vida e Previdência
Regulação e Liquidação de Sinistros - Segmento Automóveis
Regulação e Liquidação de Sinistros - Segmento RE Massificados e Multiriscos
Regulação e Liquidação de Sinistros - Segmento Vida e Previdência

Preparatórios para Exames para Habilitação de Corretores de Seguros

Capitalização
Capitalização, Seguros de Vida e Previdência
Demais Ramos (para quem já possui Habilitação em Capitalização, Vida e Previdência)
Seguros de Vida e Previdência (para quem já possui Habilitação em Capitalização)
Todos os Ramos

Inscrições abertas!

MAIS INFORMAÇÕES:

cursod@funenseg.org.br
(21) 3380-1026 / 1027 / 1028 / 1029



Novas regras para o seguro habitacional

Segundo análise do Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (Idec), as novas regras do seguro habitacional, em vigor desde 18 de janeiro, aumentarão o poder de escolha do consumidor. Além disso, na avaliação do Idec, com a atual legislação, a competição no setor ficará maior, o que pode provocar uma baixa nos preços. “As novas regras proporcionam mais transparência ao setor. Assim, o consumidor saberá exatamente o que gastará com o seguro até o fim do financiamento e terá mais condi-

ções para comparar e escolher”, disse Alessandro Gianeli, advogado da entidade.

De acordo com as novas regras, os bancos serão obrigados a oferecer aos mutuários do Sistema Financeiro de Habitação apólices de seguro de pelo menos duas seguradoras no momento da contratação do financiamento. O consumidor também terá a liberdade de escolher o seguro de uma terceira empresa, mas, neste caso, o banco financiador poderá cobrar uma taxa de até R\$ 100.



Alessandro Gianeli

Projeto proíbe peça não original, gratificação e imposição de oficinas

O projeto de lei (PL) de autoria do deputado Edmar Moreira (PR-MG), que prevê a suspensão do registro de seguradoras e de oficinas de veículos na Receita Federal, por até cinco anos, caso utilizem peças não originais ou usadas sem o consentimento dos segurados em carros acidentados, pode causar problemas ao mercado de veículos usados.

O PL proíbe as seguradoras de imporem aos segurados, e a terceiros, a relação de oficinas credenciadas, em caso de sinistro, evitando-se com isso o fato de a maioria das oficinas reparadoras utilizarem peças não originais ou usadas e cobrarem o valor de peças novas. O projeto veda ainda a possibilidade das seguradoras imporem prazos diferenciados para vistorias preliminares ou

remoção do veículo para oficinas credenciadas sem expressa autorização dos segurados, bem como a responsabilidade do mesmo em arcar com a diferença de preço entre a oficina credenciada e a escolhida por ele. Outro ponto importante é a proibição do pagamento de gratificação a empresas ou profissionais de investigação de acidentes contratados para autorizar o pagamento do seguro.

J. Malucelli assume liderança no ramo garantia na AL

De acordo com levantamento da Latin Insurance, do Equador, a J. Malucelli Seguradora saltou da quarta posição para a liderança do mercado latino americano no ramo garantia. A empresa ultrapassou três concorrentes mexicanas, país onde essa modalidade de seguro é bastante tradicional, com forte penetração.

Segundo diretor técnico Gustavo Henrich, a companhia brasileira ge-

rou o equivalente a 7,8% da receita regional no período pesquisado (entre junho de 2008 e junho de 2009), com produção de US\$ 123 milhões. “É a primeira vez que assumimos a liderança regional no ramo garantia. No Brasil, lideramos desde 1997”, revela o executivo.

Henrich prevê um crescimento variando entre 30% e 40% nesse nicho para 2010, tendo por base os grandes

projetos que serão executados no País nos próximos anos, como as obras do PAC, a construção dos estádios para a Copa do Mundo e da estrutura para as Olimpíadas do Rio de Janeiro.

No ano passado, mesmo com a crise financeira internacional, a J. Malucelli conseguiu fechar o exercício com um incremento acima de 10%, com faturamento da ordem de R\$ 230 milhões no ramo garantia.

**Você está precisando
melhorar a gestão
da sua corretora**



**Então faça como muitas
empresas, venha para
o Corretor on-line.**

**A Sistemas Seguros possui o melhor e mais completo
software de gestão do mercado.**

**Entre em contato e veja todos os benefícios que a sua
corretora pode ter utilizando nossas soluções.**



**Sistemas
Seguros**

Telefone: 11 3664-2040

E-mail: info@sistemas-seguros.com.br

Site: www.sistemas-seguros.com.br

Empresários criam associação para promover qualidade da informação

Com apoio do MIT, QIBras é lançada em São Paulo

No dia 4 de fevereiro, foi lançada, em São Paulo (SP), a QIBras (Qualidade da Informação Brasil), entidade que visa orientar as empresas brasileiras a cuidar da qualidade das informações que criam e utilizam.

Liderada pelos presidentes da Asseso, Flávio de Almeida Pires, e da System Marketing, Guilherme Rocha, a iniciativa conta ainda com outras oito empresas: Frontier, Alphabase, MKTEC Marketing de Relacionamento, Spers & Spers Consultoria, ZipCode, Inteligência de Negócios, MDPlus e ProVer.

“Antes, tínhamos algumas iniciativas próprias de reunir empresas para debater o tema, mas, a partir da fundação da associação, a intenção é fazer uma divulgação aberta da qualidade da informação”, afirma Pires.

MIT

A QIBras é a primeira organização do setor na América Latina, e surgiu com a chancela do Massachusetts Institute of Technology (MIT), dos EUA. O ponto para sua criação foi uma proposta de Richard Y. Wang, professor e diretor do MIT Information Quality (MITIQ) no programa do MIT, considerado o “papa” do tema.

“Esta nova organização é o resultado do incentivo do professor Wang e de seus esforços para reunir em um único grande movimento todas as principais iniciativas relacionadas à qualidade dos dados no Brasil”, explica Guilherme Rocha. “Ele viu maturidade nas iniciativas e propôs a formalização da associação”.



Grupo de sócios-fundadores da QIBras

ATIVIDADES

Segundo os dirigentes, a QIBras é uma associação sem fins lucrativos e trabalhará na promoção e aperfeiçoamento técnico-profissional, representação e defesa dos interesses dos associados, divulgação de informações e estímulo ao intercâmbio de ideias, experiências e negócios, entre outros.

Na agenda da entidade já está confirmada a realização, em São Paulo, em 13 de maio, da 1ª Conferência Internacional de Qualidade da Informação, encontro que já conta com a adesão de professores conceituados do MIT e referências mundiais.

IMPACTO

Uma pesquisa do Grupo de Qualidade de Dados, aplicada em 130 empresas brasileiras em 2009, revelou que 77% dos executivos entre-

vistados consideram alto e médio o impacto da qualidade da informação nos negócios. Das companhias participantes do estudo, 58% contabilizavam mais de 500 funcionários e 17%, entre 100 e 500 colaboradores. Deste total, 24% eram instituições financeiras.

O levantamento mostrou ainda que 65% das empresas entrevistadas dispunham de departamento interno responsável pela qualidade da informação e 30% informaram que o departamento de marketing e/ou comercial respondia pela função.

A maioria das empresas reconheceu a existência de problemas nos processos e no retrabalho pela falta de qualidade da informação, o que gera custos internos. E, finalmente, 87% avaliam como alta a relevância da qualidade da informação.

Você precisa de um lugar seguro para atender seus clientes?



A Vega Net garante isso com inovação e alta qualidade em outsourcing.

O *outsourcing* é um parceiro estratégico e fundamental para assumir responsabilidades na gestão interna dos processos com o desafio em garantir a qualidade na prestação dos serviços. Nesse contexto, a **VIS**, unidade de negócios da **Vega Net** especializada no mercado segurador, oferece um serviço de terceirização diferenciado, unindo estrategicamente colaboradores altamente especializados e tecnologia de última geração. Na sua linha de serviços estão: Cálculo e cotação, suporte à vendas, retenção, sinistro, back office técnico, inadimplência, entre outros. **Ligue agora.**



VEGA NET

www.veganet.com.br

Av. Indianópolis, 2.950 - Planalto Paulista - São Paulo/SP - CEP: 04062-003 | Fone/FAX: [11] 3556.5100

Ação social mobiliza funcionários da VegaNet

A VegaNet, empresa especializada em *Business Process Outsourcing*, e seus mais de mil colaboradores assumiram conjuntamente, em 27 de novembro passado, o desafio de arrecadar o maior número possível de donativos para contribuir com sete instituições que atendem à crianças carentes em São Paulo.

Indicadas pelos funcionários da VegaNet, as instituições beneficiadas foram Instituto Meninos de São Judas Tadeu, Comunidade Jardim Peri, Projeto Amigo das Crianças, Obra Social Nossa Senhora da Paz e Lar de Idosos Vivência Feliz.

O envolvimento de todos foi imenso e pode ser claramente notado com base nos números obtidos. Em um único dia, foram arrecadadas 1.385 peças de roupas e 295,5 kg de alimentos não-perecíveis. Inicialmente, a expectativa dos organizadores da ação era coletar cerca de quatro mil peças de roupas e quantidade semelhante de brinquedos. Entretanto, graças ao empenho de seus funcionários, foram entregues 8.359 peças de roupas, uma tonelada



Participantes da campanha ajudam no transporte dos itens arrecadados durante a campanha

de alimentos, 515 brinquedos e 500 itens de material escolar.

AÇÃO

Os participantes da campanha de arrecadação foram divididos em 46 grupos e a coleta das doações foi realizada pelos responsáveis do departamento de Marketing, em datas

previamente estabelecidas.

“A participação coletiva e efetiva de nossos funcionários foi fator determinante para o sucesso da ação, realizada pelo segundo ano consecutivo. Também serviu para despertar, e inserir no âmago de cada um, valores relacionados à cidadania, solidariedade e responsabilidade social”, afirmou o presidente da VegaNet, Jorge Abel. “É realmente gratificante notar o comprometimento de nossas pessoas em uma ação social como a que realizamos”.

“Para todos nós, é muito claro que a pessoa que doa recebe em troca muito mais que o beneficiado pela campanha. Sem dúvidas, iniciamos 2010 com a energia positiva renovada”, complementa Cibelle Passos, diretora de Gestão de Pessoas.



Jorge Abel, presidente da VegaNet, faz entrega simbólica de donativos à dirigentes do Instituto Meninos de São Judas Tadeu

CQCS

Centro de Qualificação do Corretor de Seguros

www.cqcs.com.br



A maior comunidade
de Seguros da América Latina!

um produto:


ESSENIUS
essenius.com.br

Allianz Seguros lança apólice all risks para obras de arte

A Allianz Seguros, em parceria com um *pool* de resseguradores especializados no mercado de artes, está lançando uma apólice *all risks*, inspirada no incidente ocorrido no Metropolitan Museum of Art, de Nova York, em 22 de janeiro, quando uma visitante acidentalmente danificou uma tela do renomado artista espanhol Pablo Picasso,

avaliada em US\$ 130 milhões.

Com uma apólice *all risks*, a companhia pode segurar acervos fixos e eventos. A cobertura inclui: incêndios, roubos, quedas no transporte e até a exposição temporária em museus e galerias. “Proporcionamos a cobertura ‘prego a prego’, que envolve todas as etapas do transporte das obras até o retorno ao local de ori-

gem”, explica Angelo Colombo, diretor de Grandes Riscos da Allianz. “Este é um mercado em que a companhia pretende investir cada vez mais, já que contamos com o *know-how* de um grupo seletivo de resseguradores, um diferencial no setor. Saber precificar diferentemente cada um dos casos é o que deixa o valor do seguro mais acessível”, completa.

Swiss Re vende parte de negócios nos EUA

A resseguradora suíça Swiss Re anunciou em 18 de janeiro que transferiu parte de seus negócios de seguro de vida nos Estados Unidos para a Berkshire Hathaway, empresa de participações do bilionário Warren Buffett. O negócio foi fechado por

US\$ 1,27 bilhão, e será usado pela Swiss Re para liberar capital e poder investir.

Segundo a empresa, o acordo com a Berkshire Hathaway terá efeito retroativo para outubro de 2009 e liberará US\$ 292 milhões em capital.

No ano passado, a Berkshire

Hathaway investiu US\$ 2,6 bilhões na Swiss Re, com a possibilidade de converter esse investimento em ações convencionais da empresa suíça em 2012. Caso isso se concretize, a empresa de Buffett passará a deter cerca de 25% das ações da resseguradora.

Scor quer firmar parceria com seguradoras brasileiras

O grupo francês de seguros e resseguros Scor, quinto maior do mundo, quer firmar parcerias com as seguradoras brasileiras para conquistar nichos de mercado que considera ainda pouco explorados. “Ajuda-

mos, por exemplo, as seguradoras a controlarem os riscos das sobrevivências, que têm sido cada vez mais longas”, afirma o principal executivo da Scor Global Life no Brasil, Ronald Kaufmann.

A empresa é líder na França, Espanha e Portugal em seguros de vida do tipo *Long Term*, que garante uma renda mínima no momento em que o idoso não consegue mais desempenhar funções básicas.

Brasilveículos alcança um milhão de veículos segurados

A Brasilveículos encerrou 2009 com crescimento de 27% em prêmios retidos, quando comparado com o período anterior, e um milhão de veículos segurados. O BB Seguro Auto, produto da companhia, registrou índice de renovação de seguros de 82%. Com o melhor desempenho do mercado segurador no último ano, a seguradora obteve retorno de 19,15% sobre o patrimônio líquido.

Ainda em 2009, a companhia passou a oferecer condições de parcelamento na contratação e renovação de seguros de automóveis sem juros, por meio da internet, em até dez vezes. Nesse canal, obteve-se, em relação ao período anterior, crescimento de 164,1% em prêmios oriundos da vendas de novas apólices. A companhia também investiu no lançamento do aplicativo para celular Meu Carro,

uma agenda do automóvel com ferramentas interativas, inédito no mercado. O aplicativo está disponível para download gratuito para mais de 50 modelos de celulares.

Focada na comodidade e segurança oferecida aos seus clientes, a Brasilveículos adotou a certificação digital das apólices, que permite consulta e impressão do documento por meio da área do cliente do site BB Seguro Auto.

Lula assina decreto criando a Previc

No dia 26 de janeiro, o presidente Lula assinou decreto criando a Superintendência Nacional de Previdência Complementar (Previc). Em 9 de dezembro do ano passado, a Comissão de Constituição e Justiça (CCJ) do Senado havia aprovado o projeto de

lei que criou a Previc, que supervisionará todo o regime operado por entidades fechadas de previdência complementar.

Essas instituições administram recursos de cerca de R\$ 442 bilhões de ativos totais. O dinheiro administrado

pelo sistema de previdência complementar corresponde a 17% do Produto Interno Bruto (PIB), com 66% dos investimentos distribuídos em títulos de renda fixa - títulos públicos ou papéis privados - e 28% em títulos de renda variável.

Plano de privatizar IRB mantém poder estatal

Está praticamente pronta a proposta de privatização do Instituto de Resseguros do Brasil (IRB Brasil-Re). Pelo plano, o governo transformará a estatal em uma companhia privada. Mas terá uma golden share para impedir mudanças de controle – cujo bloco será capitaneado pelo Banco do Brasil – à revelia da União.

A reestruturação do órgão, elaborada pelo Ministério da Fazenda, será feita em três etapas: privatização; venda de parte das ações da União ao BB; e, por último, abertura do capital. O objetivo da engenharia é romper as amarras estatais do IRB sem retirar poder da União sobre sua atuação estratégica. Indiretamente, devido ao controle fe-

deral do BB, a União terá a maioria do capital da resseguradora.

As mudanças têm o aval do presidente Luiz Inácio Lula da Silva, dentro do objetivo de transformar o IRB em uma empresa competitiva, tanto mercado doméstico quanto no internacional. Os planos vêm sendo discutidos com os sócios da empresa e o BNDES desde o ano passado.

Bradesco Auto/RE recebe executivos da Munich Re

Marco Antonio Rossi, presidente do Grupo Bradesco de Seguros e Previdência; Ricardo Saad, diretor-presidente da Bradesco Auto/RE, e executivos da área corporativa da seguradora receberam a diretoria da Munich Re, liderada por George Daschner, diretor e membro do Conselho Superior de Administração da empresa. Em reunião realizada nas dependências do grupo no Rio de Janeiro, Rossi deu as boas-vindas aos convidados e destacou: “Como líder no mercado de seguros na

América Latina, o grupo busca empresas como a Munich Re, um dos principais nomes do mercado ressegurador internacional”. Saad agradeceu a vinda dos executivos da empresa alemã ao Brasil e, durante a reunião, salientou: “Temos com o IRB-Brasil Re uma relação comercial estreita e consolidada há muitos anos. Mas, para nós, é muito importante ter a possibilidade de contar com uma resseguradora como a Munich Re para buscar sempre as melhores condições aos nossos clientes”.



Ricardo Saad, diretor-presidente da Bradesco Auto/RE, George Daschner, diretor e membro do Conselho de Administração da Munich Re, e Marco Antonio Rossi, presidente do Grupo Bradesco de Seguros e Previdência

Mauro Batista é reeleito no Sindseg-SP

Em eleição realizada em 1º de março, Mauro Batista foi escolhido para mais um triênio na presidência do Sindicato das Seguradoras, Previdência e Capitalização do Estado

de São Paulo (Sindseg-SP). O novo mandato inicia-se em abril deste ano e termina em março de 2013. A votação contou com a presença de 56 empresas de 67 com direito a voto.

Além do presidente, foram eleitos oito membros da diretoria e seis do conselho da entidade. A eleição ocorreu na sede do sindicato e teve chapa única.

Tecnologia e gestão unidas em prol do mercado segurador

Para 2010, a Sistemas Seguros aposta no acompanhamento de processos e no pequeno corretor de seguros

A Tecnologia da Informação é uma realidade – e uma necessidade – no mercado de seguros. E, para atender adequadamente à demanda gerada pelo setor, as empresas fornecedoras de soluções tecnológicas devem estar atentas a todas as tendências.

A Sistemas Seguros, empresa criada em 1991, vem acompanhando de perto essas inovações, de modo a oferecer aos seus clientes sempre as soluções e produtos mais adequados ao seu negócio.

MIGRAÇÃO

O mercado de TI vive um período de transição, no qual as plataformas desenvolvidas em versões desktop estão migrando para versões on-line. “Praticamente todas as empresas de tecnologia, independentemente da área em que atuam, estão investindo em plataformas web”, diz Silvio Luiz Gardin, diretor de desenvolvimento da Sistemas Seguros.

De acordo com o executivo, a migração visa proporcionar aos corretores e suas equipes praticidade no uso, um sistema disponível a qualquer hora e em qualquer lugar e maior agilidade, permitindo que os mesmos tenham acesso remoto ao sistema da empresa, seja por meio de celular, de um notebook ou de um computador instalado no escritório de um cliente, por exemplo.

Além disso, todas as companhias que desenvolvem tecnologia para em-



Silvio Gardin, diretor de desenvolvimento

presas de informática, como linguagens de programação, sistemas operacionais e ambientes de desenvolvimento, estão desenvolvendo seus produtos com foco em ambiente web. Para quem utiliza sistemas da Microsoft, por exemplo, começa a haver dificuldade em encontrar produtos para desktop, uma vez que a companhia já está evoluindo suas linguagens e sistemas operacionais para operar em web.

“Para realizar a migração de um sistema convencional para uma plata-

forma on-line, as empresas não precisam fazê-la de uma única vez”, explica Gardin. “Essa ação pode ser realizada gradativamente, migrando uma área por vez, mantendo o sistema de gestão ao qual o cliente já está acostumado. Na medida em que ele vai tendo tempo ou disponibilidade, vamos migrando os demais departamentos. Com o tempo, ele estará 100% web. Tudo isso sem passar por grandes transtornos e, principalmente, sem ter a necessidade de recorrer a treinamentos específicos para a utilização da nova plataforma”.

DESENVOLVIMENTO

Embora seja uma tendência e todas as empresas de tecnologia estejam direcionando seus esforços no sentido de suprir a demanda e oferecer cada vez mais produtos e soluções eficazes e práticos aos seus clientes, não são todos os clientes que estão aptos a incorporar essa nova tecnologia em seu cotidiano.

“Seguradoras e corretoras de seguros de grande porte tendem a ter mais facilidade no momento de uma migração ou *upgrade* de sistema, pois além de recursos, dispõem de equipes focadas em TI, contribuindo para a absorção mais rápidas dessas mudanças”, lembra o diretor de desenvolvimento.

Para as pequenas empresas, que não podem realizar a migração total rapidamente, Gardin afirma que é possível dar sobrevida aos sistemas para desktop. “Nota-se que muitas empresas adiam a migração por não conseguem

atualizar tão rapidamente seus parques da maneira como o mercado incentiva. Então, conseguimos dar sobrevida aos *softwares* por alguns anos. Pensando nesse cliente, nosso portfólio conta tanto com produtos desenvolvidos com tecnologia de ponta, como também com sistemas com tecnologias mais antigas. Assim, conseguimos atender aos novos clientes sem deixar de prestar um serviço de qualidade aos já existentes em nossa carteira”.

CORRETOR ON-LINE

Para 2010, um dos focos das Sistemas Seguros serão as pequenas corretoras de seguros. “Até o momento, nossas atenções estavam completamente direcionadas às médias e grandes corretoras e às seguradoras. Entretanto, com as facilidades que a plataforma web traz, visualizamos um nicho de mercado bastante interessante a ser explorado. Por meio de uma versão adap-

tada, mais simples e on-line, teremos a possibilidade de oferecer nosso sistema Corretor On-Line (COL) às pequenas empresas”, conta Gardin.

A ferramenta, desenvolvida em 1999 e tida como carro-chefe da empresa, é direcionada à administração de todos os departamentos de uma corretora, independente de seu ramo de atuação, incluindo Saúde. A única área não contemplada pelo COL é a contábil, que dispõe de sistemas específicos para seu gerenciamento.

Com lançamento previsto para julho deste ano, a versão simplificada do sistema, em fase de homologação, será disponibilizada em plataforma web, não havendo necessidade de instalações nos computadores do cliente. “Por não precisar de instalações nem de visitas técnicas de nosso pessoal, teremos a oportunidade de disponibilizar esse produto aos corretores e empresas interessados a um custo bastante aces-



sível”, destaca o diretor.

Outro ponto positivo do Corretor On-Line é sua facilidade no uso. “Ao desenvolvermos a nova versão, levamos em consideração a questão da facilidade na utilização da ferramenta. Simplificando telas e controles, diminuimos a demanda por treinamentos específicos”, explica.

Esses fatores, unificados, resultam em um sistema eficiente e de baixo custo, ideal para pequenas corretoras. “Vale acrescentar que a solução será comercializada por assinaturas, sendo cobrado por usuários habilitados”, completa.

Além do COL, a Sistemas Seguros disponibiliza ainda outras das ferramentas aos corretores de seguros: Multiprodutos Web (MPW), sistema de multicálculo de seguros web, que informatiza PDVs efetuando cálculos comparativos, emitindo propostas e imprimindo boletos de pagamento; e Consultas Gerais na Web (CGW), desenvolvido para consultas gerais sobre a posição de seguros para os segurados, possibilitando ao cliente o acompanhamento on-line de suas apólices, endossos, parcelas e sinistros. É importante destacar que esse sistema é comercializado somente para usuários do Corretor On-Line.

GESTÃO DE PROCESSOS

Sempre atenta às necessidades dos corretores, a Sistemas Seguros também disponibiliza o serviço de acompanhamento de processos. “Esse serviço funciona como uma avaliação de processos para descobrir em que momento a corretora pecou em relação aos processos, velocidade de trabalho, entre outros aspectos”, esclarece o executivo.

Segundo Gardin, é importante ressaltar que nesse processo não serão

analisados aspectos ligados à estratégia da empresa. Sua finalidade é verificar como o processo vem sendo feito, e analisar o que pode ser melhorado para que os objetivos sejam alcançados. O serviço de gestão é voltado à operacionalização de processos e inserção das tarefas diárias acopladas ao sistema gerencial da corretora. Tais trabalhos são executados e supervisionados por funcionários da Sistemas Seguros diretamente na sede da contratante.

“Fizemos algumas experiências em empresas e constatamos que a maioria dos funcionários não tem uma noção



clara a respeito de onde começa e termina sua função. Aliás, muitos dirigentes também não sabem ao certo o que fazem, ou deveriam fazer, seus funcionários. Desta maneira, fica muito difícil saber se o trabalho está sendo bem feito ou não, e adotar as medidas cabíveis caso algo saia fora do esperado”, afirma.

TRABALHO DO DIA NO DIA

Para realizar este acompanhamento, a Sistemas Seguros desloca até o escritório do cliente um de seus funcionários, devidamente treinado para a realização dessa tarefa. Esse profissional se interará das atividades desenvolvidas diariamente em todos os departamentos e, a partir daí, analisará em que momento o trabalho deixa de fluir normalmente e passa a gerar “sobras”. “Como uma corretora não consegue dar vazão à demanda de um dia de trabalho? É isso que descobriremos após a verificação dos trabalhos realizados pelos funcionários da corretora”, garante Silvio Luiz Gardin.

A princípio, essas “sobras” de tarefa podem ser pouco relevantes, facilmente corrigidas em pouco tempo, mas, com o tempo, elas podem gerar desgaste, comprometendo o trabalho da corretora. “As corretoras de seguro trabalham por contingências. Quando se chega a uma fase crítica, gera-se um trabalho coletivo, com horas extras durante a semana ou final de semana, com o objetivo de dar vazão às pendências. Mas se a causa desse acúmulo de trabalho não for identificada e eliminada o mais breve possível, de nada adiantará. Será questão de tempo até uma nova crise surgir e atrapalhar novamente o andamento dos trabalhos”, afirma o diretor de desenvolvimento. “Com poucos ajustes é possível obter ganhos bastante significativos”.

DESMOTIVAÇÃO

Além da falta de exatidão sobre as atividades que cada funcionário deve desempenhar, outro fator que contribui para as “sobras” é a desmotivação dos funcionários. “Uma equipe desmotivada produz menos, e isso, inevitavelmente, acaba comprometendo o trabalho da empresa. Como consequência, cria-se uma alta rotatividade de profissionais”, pontua.



E como eliminar essa onda de insatisfação? “Sabendo a quantidade de documentos que um colaborador pode gerenciar diariamente, fica muito mais fácil avaliar se há tempo ocioso ou se há sobrecarga de serviço. E, assim, tendo consciência do que cada um faz, haverá menos cobranças e críticas desnecessárias em relação a um determinado funcionário”.

Vale destacar que existe ainda a questão da redução salarial, que afeta o desempenho do funcionário e gera uma constante mudança de empregados dentro das corretoras. “Hoje em dia, buscase muito profissionais bastante qualificados e bem treinados, porém com baixos salários. É muito difícil conseguir esses bons funcionários”, assegura.

TREINAMENTOS

Investir em qualificação profissional e atualização é outra uma boa maneira de motivar a equipe e, assim, aperfeiçoar o trabalho desenvolvido. “Infelizmente, o mercado de seguros carece de mão-de-obra qualificada e, ao que parece, nem corretoras nem seguradoras demonstram muita disposição para investir nisso”, observa.

Treinar pessoal demanda investimentos significativos. Para baratear este

processo, a Sistemas Seguros conta com serviço de treinamento focado na atualização profissional dos funcionários das corretoras. “Treinar profissionais geralmente é um processo caro, que exige o deslocamento de um profissional, que precisará ficar à disposição da empresa durante um determinado período”.

Visando facilitar a vida de seus clientes e contribuir para a melhoria dos processos dentro das empresas, a companhia passou a realizar periodicamente uma série de treinamentos. Para participar, basta as corretoras inscreverem seus funcionários, que receberão, na sede da Sistemas Seguros, a preparação e orientação necessária.

SEGURADORAS

De acordo com Silvio Gardin, as seguradoras poderiam ser as grandes geradoras de capacitação de pessoal dentro das corretoras, afinal, praticamente toda a informação que uma corretora administra é a mesma que uma seguradora também administra, e vice-versa.

Hoje em dia, existe uma série de iniciativas de seguradoras no sentido de integrar o corretor de seguro por meio de soluções tecnológicas. Neste ponto,

segundo o executivo, cabe uma crítica: “As seguradoras têm um discurso de parceria muito forte, mas, na prática, ele não funciona. Quando o assunto parceria envolve aspectos comerciais, ou seja, quando se trata de metas de venda, diferencial, descontos, estratégia comercial, entre outros, tudo vai bem. Mas na hora em que o processo se concretiza e a viabilização dessa parceria depende de tecnologia, a história é outra”.

Mas existe uma justificativa: as seguradoras estão muito atarefadas, sobrecarregadas com o contexto tecnológico, e suas áreas de TI são sempre assoberbadas. “Então você sente que a área comercial, ou a política da seguradora, até tem como intenção integrar realmente um corretor de seguro, de modo a fazer uma parceria que envolva, inclusive, aspectos tecnológicos. Mas no momento em que isso vai para dentro da área de sistemas das companhias, tudo muda. Você já não sabe com quem falar, enfrenta dificuldades para cumprir prazos”, afirma.

Quando a tecnologia, prometida durante os acordos comerciais, começa a ser distribuída, nota-se claramente que a mesma não foi desenvolvida para a parceria. “Trata-se de uma tecnologia aproveitada de processos internos existentes e que ela simplesmente repassa ao corretor para ver se ele consegue usar. Isso é terrível”.

FUTURO

Em todo o mundo, a área de Tecnologia da Informação está aquecida, com boas perspectivas para os próximos anos.

Gardin estima que, em 2010, a companhia terá crescimento de 15% a 20%. “Esse crescimento será impulsionado pela crescente demanda por soluções, aliado ao investimento que temos feito com foco no pequeno corretor e, também, na questão de gestão de processos”, indica.

Crescimento da OdontoPrev vem superando os percentuais

Há mais de duas décadas no mercado, a OdontoPrev, que conta atualmente com mais de 5.000 empresas-cliente e cerca de 2,6 milhões de brasileiros associados em sua carteira, é líder do segmento de assistência odontológica na América Latina.

Em entrevista à Revista Seguro Total, o diretor de Desenvolvimento de Mercado, Renato Cardoso, falou sobre a maturidade econômica do Brasil e explicou como a empresa se organizou para conquistar o mercado em crescimento.

Uma das chaves do sucesso da companhia, segundo Cardoso, tem sido a capacidade de oferecer uma ampla variedade de planos odontológicos personalizados e de qualidade para atender às diferentes necessidades dos clientes.

Revista Seguro Total: Há quantos anos a OdontoPrev está no mercado e qual sua história?

Renato Cardoso: A OdontoPrev foi criada em 1987 por um grupo de cirurgiões-dentistas com o objetivo de tornar a empresa um grande fator de aproximação da sociedade à odontologia. Nosso crescimento sustentável posiciona atualmente a empresa na liderança do mercado de planos odontológicos no Brasil, com cerca de 2,6 milhões de associados e presença em todos os Estados. Em duas décadas, a OdontoPrev sempre contou com administração especializada, profissional e adotou as melhores práticas de governança corporativa. Em 2006, tornou-se uma companhia aberta e ingressou no Novo Mercado da Bolsa de Valores de São Paulo.

Seguro Total: Quais as perspectivas do setor para 2010? O potencial do mercado seguirá tranquilo ou haverá aceleração?

RC: Apesar do desaquecimento da economia, iniciado em 2008, o setor de planos odontológicos no Brasil continuou crescendo a um ritmo bem maior que o Produto Interno Bruto (PIB) e o segmento de planos médicos. Até setembro de 2009, os planos odontológicos expandiram mais de 10%, ao mesmo tempo em que a economia apresentava quadro de crescimento próximo de zero. A recuperação macroeconômica é uma realidade e a perspectiva é de que o setor siga crescendo de maneira acelerada, tendo em vista o potencial do mercado brasileiro.

Seguro Total: Como oferecer oportunidade e mostrar para as empresas, dentistas e funcionários que precisam dos planos odontológicos esse potencial de crescimento?

RC: Apenas 6% da população brasileira contam com plano odontológico, contra 20% de brasileiros com planos médicos. É um percentual bem abaixo de países como Estados Unidos e Canadá. Além disso, a assistência pública em odontologia é pequena, o que estimula a contratação de planos odontológicos, que no Brasil têm preços bastante acessíveis (cerca de 10% do valor de um plano médico) e grande oferta de profissionais qualificados.

Seguro Total: Com o mercado em expansão, a OdontoPrev apresentou crescimento?

RC: Hoje, a OdontoPrev é a maior operadora da América Latina. O crescimento da companhia nos últimos anos vem superando os percentuais de crescimento apresentados pelo setor, inclusive por meio de diversas aquisições.

Seguro Total: A parceria com a Bradesco Dental agregou algo ao setor?



Renato Cardoso

RC: A associação com a Bradesco Dental aumentou em torno de 50% nosso número de beneficiários, e mais que duplicou a carteira de clientes corporativos. Nosso objetivo agora é ampliar os canais de distribuição de planos odontológicos de qualidade a mais municípios brasileiros, sempre contando com o alto nível dos cirurgiões-dentistas credenciados.

Seguro Total: Qual o foco da empresa hoje?

RC: Somos uma companhia altamente especializada e exclusivamente focada em odontologia, o que nos permite oferecer produtos e serviços únicos, com mais de cem tipos diferentes de planos.

Seguro Total: Diante deste cenário de expansão de negócios, o investimento em tecnologia está nos projetos da OdontoPrev?

RC: Sempre! Constantemente fazemos fortes investimentos em uma plataforma tecnológica proprietária, única no mundo, permitindo que nossos clientes disponham de um atendimento qualificado, que garanta a satisfação dos usuários finais e da rede credenciada.

Bradesco de Seguros e Previdência patrocina Bike Tour São Paulo

O World Bike Tour São Paulo reuniu na manhã de 25 de janeiro cerca de seis mil ciclistas no 456º aniversário da capital paulista. A largada do percurso de 9 km foi realizada pela Primeira-Dama do Estado, Mônica Serra, na Ponte Octavio Frias de Oliveira (Ponte Estaiada), e a chegada ocorreu na Universidade de São Paulo (USP).

O passeio ciclístico, que não tem caráter de competição, e sim de conscientização por melhor qualidade de vida, contou com a participação de Lúcio Flávio de Oliveira e Eugênio Velasques, respectivamente, diretor geral e diretor executivo da Bradesco Vida e Previdência; Isair Lazzarotto, diretor regional São Paulo da Bradesco Auto/RE; Marco Antonio Lorenzoni, superintendente executivo de Produção São Paulo da Bradesco Saúde, Leoncio de Arruda, presidente do Sindicato dos Corretores de Seguros no Estado de São Paulo (Sincor-SP), entre outros.

“O sucesso do evento reforça o estímulo ao uso da bicicleta como meio de locomoção não poluente, em substituição ao automóvel, e promove a prática de exercícios, alinhada à filosofia de gestão integral do bem-estar e da saúde adotada pela Bradesco Seguros e Previdência, uma das patrocinadoras”, explica Jorge Nasser, diretor executivo de Marketing da Bradesco Seguros e Previdência, que também participou do evento.

O espírito Bike Tour, já consagrado por mais de 60 mil pessoas em Portugal e na Espanha, realizou a segunda edição na capital paulista. O Comitê do World Bike Tour conta com apoio do Governo Federal, por meio da Secretaria Nacional de Po-



Milhares de ciclistas participaram da segunda edição do World Bike Tour em São Paulo

líticas sobre Drogas; do Governo de São Paulo e da Prefeitura da Cidade.

OUTROS EVENTOS PRÓ-SAÚDE

Sempre em busca de promover atividades em favor da qualidade de vida, bem-estar e saúde da família brasileira, a Bradesco Seguros e Previdência é também a principal apoiadora da ‘Ciclofaixa de Lazer’. Iniciativa inédita da Prefeitura de São Paulo, o projeto ‘De parque em parque sempre de bike’ interliga os Parques do Povo, Ibirapuera e das Bicicletas nas manhãs de domingo e tem atraído a média de 9 mil frequentadores a cada edição.

No Rio de Janeiro, a empresa é a principal patrocinadora do ‘Pré-Tour’ e ‘Tour do Rio’, que visam a formação de novos atletas para as Olimpíadas de 2016. O Tour do Rio será precedido por uma série de atividades esportivas, culturais e socioambientais em torno

do ciclismo, que culminam em uma supercompetição por todo o Estado, nos moldes do tradicional Tour de France. A prévia foi o ‘Viradão Esportivo’, realizado em 7 de novembro passado, que consistiu em um “treinão” de 20 km para ciclistas de alto nível, entre o Leblon e o Arpoador. No dia seguinte, na Lagoa Rodrigo de Freitas, foi realizado o projeto ‘Adeus, rodinhas’, voltado às crianças a partir de quatro anos e adultos que nunca aprenderam a pedalar.

Em linha com as ações que promovem qualidade de vida por meio da prática esportiva, a Bradesco Seguros e Previdência realiza ainda o ‘Circuito de Corrida e Caminhada da Longevidade’, patrocina a ‘Corrida e Caminhada Contra o Câncer de Mama’ e a maratona de revezamento ‘Ayrton Senna Racing Day’, cuja arrecadação proveniente das inscrições é destinada a programas educacionais.

Chubb realiza encontro de mídia e traça metas para os próximos anos

A Chubb Seguros do Brasil promoveu nos dias 3 e 4 de fevereiro o 1º Encontro de Mídia Chubb Seguros. O encontro ocorreu no Hotel Fazenda Dona Carolina, em Itatiba (SP), e reuniu membros da imprensa especializada. Simultaneamente, foi realizado o 3º Encontro Nacional das Centrais de Negócios da Chubb Seguros, dedicado à interação e ao planejamento estratégico da companhia, que contou com a participação de executivos da empresa e corretores de seguro parceiros.

Acacio Queiroz, presidente e CEO da companhia, apresentou um breve panorama da economia e fez uma análise sobre as perspectivas para o setor de seguro no Brasil e no mundo. “Embora o mundo tenha passado por uma forte crise econômica no último ano, que afetou principalmente a Europa, vivemos agora um período de retomada do crescimento. O Brasil está muito bem posicionado em relação aos demais países. Entre os emergentes, somos o terceiro maior mercado, perdendo

apenas para China e Índia”, destacou.

Segundo o executivo, a expectativa é que haja crescimento nos segmentos de grandes riscos empresariais, seguido pelo seguro habitacional, previdência, saúde e vida.

PERSPECTIVAS PARA O MERCADO SEGURADOR

Queiroz ressaltou a projeção de crescimento do seguro massificado, que em 2010 deve representar cerca de R\$ 6 bilhões. “O Brasil possui oportunidades bastante atraentes para o setor de seguros, especialmente em relação ao microsseguro, seguro habitacional e infraestrutura, além dos grandes eventos como Olimpíadas e Copa, que estão em vias de ocorrer”.

PLANO DE AÇÃO

Para este ano, Acacio Queiroz destacou a intensificação de investimentos nos segmentos de tecnologia da informação (TI), formação de pessoas e reestruturação. “Pretendemos ampliar nossos canais de distribuição através de parcerias com corretores



Acacio Queiroz, CEO da Chubb, durante encontro com profissionais da mídia

e centrais de negócios. Deste modo, fortaleceremos ainda mais nossa marca, especialmente no Norte e no Nordeste”.

A companhia, que espera atingir à receita de R\$ 1,5 bilhão nos próximos cinco anos, vem constantemente intensificando sua penetração nos segmentos de microsseguros e massificados nas operações ligadas ao varejo; entretenimento; e aeronáutica, além



Paula Craveiro

Momento de descontração após o encontro

de apostar no mercado imobiliário brasileiro, que apresenta boas perspectivas de crescimento. Segundo o executivo, espera-se um crescimento de 5% ao ano até 2020. Além disso, a empresa estuda a possibilidade de entrar no mercado de grandes riscos a partir do segundo semestre de 2010. “Antes de apostarmos no mercado de grandes seguros, que possui grande potencial, principalmente em virtude da Copa e das Olimpíadas, queremos crescer em seguro garantido, aumentar os microsseguros e os massificados, principalmente ligados ao varejo, ampliar nossa atuação no segmento de entretenimento e aeronáutica”, destacou.

Um dos principais objetivos da Chubb Seguros é estar entre as dez maiores seguradoras do Brasil e entre as cinco maiores em resultado operacional até 2014. O lucro da empresa chegou a R\$ 51,034 milhões no último ano, e estima-se que em 2010 chegue a R\$ 51,210 milhões.

Além disso, a empresa pretende investir no campo da habitação, cujas perspectivas são bastante positivas. Segundo Queiroz, a expectativa é de que o crédito imobiliário possa chegar a 9,9% do PIB até 2020. “Há uma oportunidade muito grande no seguro residencial e queremos crescer significativamente, por canais diferentes”, afirmou.

No segmento de vida, a meta é dobrar a atual carteira, de R\$ 80 milhões. Além disso, a empresa quer criar 20 novos produtos nos ramos elementares e de vida até 2014.

Outra meta da Chubb diz respeito à questão da sustentabilidade. Desde o ano passado a seguradora tem emitido apólices que são enviadas aos clientes acompanhadas de sementes de jacarandá. “Ao enviarmos algumas sementes aos nossos clientes, estamos contribuindo, antecipadamente, para a qualidade de vida para gerações futuras”, garantiu.



Vista geral do Hotel Fazenda Dona Carolina, local escolhido pela Chubb para a realização do 1º Encontro de Mídia

FUSÕES, INCORPORAÇÕES E PARCERIAS

O ano de 2009 foi profundamente marcado por diversas fusões ocorridas no mercado de seguros. O presidente da Chubb, Acacio Queiroz, acredita que essas ações contribuem para a redução das opções dos clientes. “Mesmo que as empresas busquem o crescimento, ao se fundirem, seus pensamentos serão um só. Não haverá pluralidade.” E destaca que a Chubb não tem interesse em se associar a outras companhias ou instituições financeiras. Entretanto, ele não descarta a possibilidade de parcerias. “No momento, contamos com algumas parcerias, e estas devem continuar em andamento.”

3º ENCONTRO NACIONAL DAS CENTRAIS DE NEGÓCIOS

Quatro dias dedicados à interação e ao planejamento estratégico. Assim foi o 3º Encontro Nacional das Centrais de Negócios da Chubb Seguros, subsidiária brasileira de um dos maiores grupos seguradores do mundo – The Chubb Corporation. O encontro teve como objetivo principal lapidar, juntos aos executivos e parceiros da seguradora, o plano estratégico da Chubb Brasil para os próximos cinco anos, além de aprimorar o relacionamento entre os gestores da matriz, instalada em São Paulo, e os corretores de suas centrais de negócios, distribuídas pelas principais cidades do país.



Encontro reuniu profissionais da imprensa especializada, executivos da seguradora e corretores de seguros

Evento encerra campanha Feras do Seguro 2009

Em 19 de janeiro, a Marinho Despachantes, maior empresa de documentação de veículos do País, realizou em São Paulo um grande evento para premiar os ganhadores da campanha de incentivo Feras do Seguro 2009. Organizado pela Meghaplan, o ambiente recebeu decoração tropical, que remetia ao prêmio principal – um cruzeiro marítimo para Punta del Este, no Uruguai. O menu também foi inspirado na culinária local.

Iniciada em julho passado, o objetivo da campanha é reconhecer a agilidade dos corretores de seguros durante a regularização de um sinistro de automóvel. Mensalmente, três corretoras que acumularam mais pontos foram premiadas com um netbook, um vale-compras de R\$ 500 no site Submarino e um Ipod.

VENCEDORES

Após a apuração dos pontos acumulados desde o início da campanha, definiu-se as campeãs do Feras do Seguro 2009, que foram premiadas durante o evento.

Em primeiro lugar ficou a Vianacar Administradora e Corretora de Seguros, que recebeu um cruzeiro maríti-



Elza Aguiar, da Marinho Despachantes, e os vencedores da campanha

mo para Punta del Este, com direito a acompanhante. Já a WNF Corretora de Seguros, segunda colocada, foi premiada com uma TV de plasma. A Rodobens, que ficou em terceiro lugar, ganhou um *home theater*.

Para Elza Aguiar, diretora de negócios da Marinho Despachantes, o empenho dos corretores e a disputa saudável que gerou a campanha, surpreendeu a empresa. “Nosso papel é auxiliar tanto os corretores quanto as seguradoras a indenizar os clientes o mais rápido possível. A campanha foi criada para que pudéssemos fortalecer ainda mais o re-

conhecimento é mais importante que a premiação. “Assim temos a comprovação de que nossos serviços são prestados com qualidade e geram fidelização na carteira de clientes da Marinho Despachantes”, acrescentou. “Quando soubemos da vitória, divulgamos o fato internamente aos funcionários diretamente envolvidos na regulação de sinistros. Isso dá maior segurança aos profissionais da empresa, reforçando as premissas que embasam a busca constante da satisfação do cliente”, concluiu.

Mario Cunha, coordenador de sinistros da WNF, afirmou: “Nossa classificação traz satisfação pessoal e profissional pelo dever cumprido”.

Representando a Rodobens, a assistente técnica de seguros, Ana Rodolfo Luiz, disse que “a ideia da campanha é muito boa, uma vez que todos saem ganhando: o segurado, que recebe a indenização com rapidez; a Marinho, que resolve o processo sem pendências; e o corretor, por fidelizar o cliente e ser premiado por sua eficiência”.

Segundo o diretor da Vianacar, Edson Lima, o



Edson Lima, da Vianacar, recebe de Elza Aguiar o primeiro prêmio do Feras do Seguro 2009

Vem aí

X Prêmio Mercado de Seguros Troféu Gaiivota de Ouro

Inscreva
seu case



Informações:

Tel: (11) 3884-5966

premio@revistasegurototal.com.br

Você tem medo de quê?

Palestra do Meio-Dia, da APTS, discute os maiores temores do corretor de seguros

No último dia 10 de fevereiro, a Associação Paulista de Técnicos de Seguros (APTS) promoveu a palestra “Os temores dos corretores de seguros”, proferida por Pedro Barbato, diretor-presidente da Câmara dos Corretores de Seguros do Estado de São Paulo (Camaracor).

Barbato elencou dez dos maiores problemas selecionados ao longo de conversas e trocas de experiências com outros profissionais do setor. Segundo ele, boa parte desses medos surge por conta da atuação das seguradoras. “Os direitos dos corretores vêm sendo desrespeitados constantemente pelas seguradoras consideradas ‘parceiras’.”

CADASTRO DE NOVOS PROFISSIONAIS

É comum, por parte das companhias seguradoras, a recusa de cadastro de novos corretores de seguros ou daqueles que apresentam baixo volume de produção. “Isso é uma piada e demonstra claramente a falta de apoio e colaboração das seguradoras em relação a estes profissionais, sob a justificativa de que, devido à taxa administrativa, não compensaria o cadastramento dos mesmos”, reclamou Barbato.

Tanto ele quanto os profissionais presentes à palestra concordam que essa atitude dificulta, e muito, as chances de se prosperar no ramo. “Se houver apoio por parte das seguradoras, um dia esse corretor, que atualmente é pequeno, pode vir a se tornar um grande corretor, um grande produtor. Mas se as coisas continuarem como estão, ele estará fadado a continuar na mesma situação, sem chance de evoluir profissionalmente.”

DIFICULDADE NA ACEITAÇÃO DE SEGUROS

Quem nunca teve um pedido de seguro negado pela seguradora ou,

então, recusado sob justificativa de restrição no Serasa? De acordo com os participantes, praticamente todos já passaram por essa situação que, mais que dificultar o trabalho do corretor, o coloca em uma situação desfavorável frente ao seu cliente.

O diretor-presidente da Camaracor disse que é frequente a recusa de seguros – mesmo em caso de renovação – sob a alegação de que há alguma pendência junto ao CPF do segurado no Serasa. Entretanto, em quase 100% das vezes, não há explicação a respeito de que tipo de pendência é essa, o que impede uma atuação mais adequada e eficiente do corretor de seguro no sentido de solucionar a questão. “Não existe um critério bem definido para a recusa. A pendência do segurado pode ser de uma coisa mínima ou envolver mais de R\$ 1 milhão, que não fará a menor diferença!”, reclamou. “A partir do momento que a seguradora tem o corretor de seguros como parceiro, ela deveria buscar o diálogo em vez de simplesmente descartá-lo. Agindo assim, o corretor fica engessado, sem condições de dialogar, de negociar com a cúpula da companhia”.

Em relação à recusa na aceitação de seguros que fujam ao padrão, Barbato afirmou que falta flexibilidade por parte da seguradora. “A sensação de impotência deixada pelo corretor junto ao seu cliente faz com que este recorra a uma agência bancária, local onde seu gerente muito provavelmente aceitará seu seguro”.

Os bancos, aliás, são outra “pedra no sapato” dos corretores. “O Banco do Brasil, mesmo diante de tantos protestos, continua invadindo o espaço dos profissionais da área”, destacou.



Márcia Alves

Pedro Barbato, diretor-presidente da Camaracor

OUTROS TEMORES

O aluguel de números de Susep por parte de alguns profissionais é um dos fantasmas que assolam a categoria, bem como a questão da venda casada, compreendida por Pedro Barbato como concorrência predatória. “Diversas casas lotéricas, bancos, lojas de departamentos, entre outros, estão investindo no segmento de seguros sem possuir a habilitação necessária, sem conhecimento acerca do mercado”.

A atuação de concessionárias na comercialização de seguros de automóveis também está tirando o sono dos corretores. “Muitas concessionárias e montadoras estão firmando parcerias para a venda de seguros para automóveis novos, oferecendo ao cliente prêmios com valores relativamente baixos e vigência estendida, fazendo com que não tenhamos, ao menos no momento,

como competir”, disse.

Sobre o microsseguro, Barbato acredita que embora seja uma grande oportunidade de crescimento para o mercado, existe ainda o risco de os corretores de seguros serem excluídos desse processo. “A venda de seguros em estádios, bancas de jornal, farmácias e outros estabelecimentos que não uma corretora de seguros pode vir a prejudicar o profissional.”

Um dos maiores atritos na relação do corretor com as companhias seguradoras refere-se à transferência de serviços, sem a devida remuneração. “O corretor foi assumindo diversas responsabilidades, mas não ganha nada por isso. Seu volume de trabalho está aumentando enquanto suas comissões continuam a baixar”, afirmou.

SINDICATO DA CATEGORIA

Finalizando sua palestra, Pedro Barbato afirmou que, além dos pro-



Márcia Alves

blemas anteriormente citados, existe ainda a questão da atuação do Sindicato dos Corretores. “O sindicato tem condições, inclusive morais, de discutir cara a cara com as seguradoras? Claro que não! Quem é que paga os eventos realizados pelo sindicato? Nós sabemos que, assim, fica difícil a entidade ter condição de encarar, de peito aberto, as seguradoras”.

Para ele, o mais indicado seria acabar com os “mega eventos” e se dedicar a assuntos mais pertinentes e de maior interessante da categoria, como palestras e treinamentos. “Mas, do jeito que as coisas vêm sendo feitas, não tem como deixar de contar com o aval financeiro das seguradoras. E é aí que se corre perigo.”

Mercado aquecido

O segmento de tecnologia da informação brasileiro vive um bom momento. Segundo pesquisa da Associação para Promoção da Excelência do Software Brasileiro (Softex), o setor encerrou 2009 com crescimento de 9,3% e uma receita anual aproximada de R\$ 52,8 bilhões. Para 2010, a entidade, que tem no Ministério da Ciência e Tecnologia seu principal parceiro, estima um movimento de R\$ 57,7 bilhões e uma repetição do nível de crescimento, acima de 9%.

Um bom exemplo desse cenário é a I4PRO – Insurance for Professionals, empresa líder do mercado de TI para seguradoras. A companhia encerrou 2009 com um crescimento acima de 40%, após ter conquistado 20% de market share nos grupos seguradores. Somente no último ano, a empresa conquistou quatro novos clientes e alcançou a marca de 15 seguradoras – de 13

grupos diferentes – em seu portfólio. Hoje, a I4PRO atua em dez carteiras: Patrimonial, Riscos Especiais, Responsabilidades, Automóvel, Cascos, Transportes, Riscos Financeiros, Crédito, Pessoas e Rural/Animais.

Para Mauricio Ghetler, diretor de Marketing da empresa, o resultado do ano passado mostra que as companhias de seguros brasileiras estão realmente interessadas em promover um desenvolvimento tecnológico que permita alavancar novos negócios. “Hoje já não é mais possível pensar na gestão de processos de seguros sem o uso intensivo e inteligente da tecnologia da informação. Além de minimizar riscos operacionais, agiliza o atendimento ao cliente, ao corretor e viabiliza negócios de todos os ramos e portes”, afirma.

Outro fator que tem impulsionado o setor é que os investimentos em TI não estão restritos somente às grandes com-

panhias. “Seguradoras de nicho também estão demandando novas soluções e serviços. Atualmente, quase metade da nossa carga de trabalho é solicitada por essas empresas”, revela Ghetler.

No mercado internacional, onde o Brasil começa a marcar presença também no segmento tecnológico, a I4PRO espera apresentar novidades em breve, pois os principais mercados – EUA e Japão – já estão se recuperando.

Um dos motivos para o otimismo em 2010 é o modelo de negócio adotado pela companhia. “Nossa proposta, de evolução tecnológica contratual, tem funcionado muito bem. As companhias percebem que nunca ficarão defasadas em relação ao mercado. Isso nos diferencia em relação aos demais fornecedores e mostra que o cliente valoriza os investimentos realizados constantemente pela I4PRO”, finaliza Ghetler.

Para onde vai o carro roubado?

Trânsito, medo, olhares atentos e preocupação são algumas palavras que descrevem o cotidiano atual da população brasileira. Infelizmente, a violência está muito presente na realidade do País. Projetos sociais, policiamento nas ruas e mais iluminação são trabalhadas diariamente para diminuir esse quadro, mas furtos e assaltos à mão armada de veículos, seguido de roubo, estão entre as queixas mais comuns encontradas nas delegacias.

A frota automobilística do Brasil cresce consideravelmente. Hoje, são seis milhões de automóveis circulando na capital paulista e 20 milhões no Estado de São Paulo. Para se ter uma ideia, o Estado de São Paulo bateu recorde de furtos e roubos de veículos em 2009, com 177 mil ocorrências, um crescimento de 11% em relação ao ano anterior.

Entre o período de 2001 e 2009, o aumento do número de veículos registrou alta de 76%, o equivalente a 24 milhões de unidades novas nas ruas. Diante dessas informações, é compreensível entender o crescimento da indústria do roubo nesse setor.

Com esse número de veículos em circulação e o registro de denúncias de furtos e roubos, surgem novas oportunidades para o mercado de alarmes, rastreadores, vacinas anti-

furto e blindagem, entre vários outros produtos que tentam dificultar a ação dos bandidos.

MERCADO PARALELO

Dos carros roubados, aproximadamente 50% são recuperados. O restante é direcionado para desmanches ilegais, para adulteração e, em poucos casos, saem do território nacional. Destes três destinos, o primeiro, e mais expressivo, é o local onde são retiradas as peças de maior procura para abastecer o mercado paralelo, que cresce constantemente e por onde circulam milhares de reais diariamente. O índice de roubos de cada modelo está relacionado à procura dessas peças, levando-se em conta preço, grau de uso e escassez das mesmas no mercado oficial.

Assaltos são encomendados no objetivo de obter determinadas peças para o estoque das lojas ilegais. Os veículos mais procurados geram lucros crescentes para esse tipo de “comerciante”. Por isso, os automóveis e as motocicletas furtados ou roubados, depois de cortados, literalmente são desmanchados. Suas peças são separadas e vendidas a um preço bastante significativo, passando a valer até cinco vezes mais que do valor pago pelo carro.

Para se entender melhor quanto dinheiro é movimentado neste mer-



Mario Cássio Mauricio, da DNA Security

cado paralelo, pode-se realizar um cálculo. No Brasil, a média de carros roubados é de 400 mil veículos por ano; no Estado de São Paulo são cerca de 140 mil. Desse número, são recuperados em torno de 50%, ou seja, são encontrados 70 mil, representando o valor de R\$ 2,1 bilhões ao ano e R\$ 6 bilhões se considerarmos o país.

MARCAÇÃO DE PEÇAS

É preciso deixar claro que existem os desmanches legais. Essas lojas são abertas ao público em geral e compram automóveis que não são mais autorizados a circular pelas ruas, ou seja, viraram sucata por algum motivo. Com nota fiscal, essas peças são comercializadas e revendidas por praticamente a metade do preço de mercado. Depois de serem compradas e colocadas à venda novamente, os proprietários de des-

- Estima-se que 50% dos veículos roubados são recuperados e o restante vai para desmanches ilegais, para adulteração e em poucos casos saem do território nacional.

- No Brasil, os veículos não recuperados alimentam um comércio de peças ilegais com valores superiores a R\$ 6 bilhões por ano.

- A marcação de peças ainda é considerada a melhor prevenção para furto e roubo de automóveis.

manches legais devem marcar as peças com o número do chassi, como forma de segurança e garantia.

Desse modo, cumprirão a Lei Estadual nº 13.546, de São Paulo, e a Lei nº 5.042, do Rio de Janeiro, que exigem que as autopeças usadas à serem comercializadas sejam gravadas com os números do chassi do veículo. Já existe um projeto de Lei Federal em trâmite no Congresso Nacional exigindo a obrigatoriedade da marcação de peças usadas em todo Brasil com a numeração do chassi.

Desde a sua implantação no ano de 2003, a marcação das peças de veículos contribuiu e beneficiou diretamente o trabalho da polícia na identificação e recuperação do bem roubado ou furtado. “Ficou mais fácil identificar o automóvel, proprietário, e principalmente, o receptor e vendedor de peças ilegais. A marcação se tornou a primeira prova material capaz de auxiliar a polícia a comprovar o crime de roubo de carros e motos”, afirma Mário Cassio Mauricio, diretor comercial da DNA Security. A empresa, especializada no serviço, já gravou mais de 300 mil veículos e atende às principais seguradoras do mercado.

Infelizmente, é sempre importante lembrar que quem compra peças roubadas também está colaborando para alimentar a indústria do crime. Para se ter uma ideia da eficiência da marcação de peças, as seguradoras obtiveram redução de até 60% na frequência de roubo e furto, compa-



Marcação de peças e partes automotivas contribui para a redução de roubos e furtos

rado aos veículos não gravados.

“A marcação de peças tem sido o meio mais eficaz de desinteressar os bandidos a roubarem um carro. As principais partes do automóvel são gravadas com o número do chassi, dificultando muito a ação do desmanche. Os adesivos colados no veículo inibem o possível interessado. Isso acaba fazendo com que os ladrões se desinteressem pelos veículos marcados, evitando também o assalto e agindo como um modo de segurança passiva. Além de preservar o bem e a vida do motorista”, explica o executivo.

Em menor proporção, está a revenda no Brasil de carros clonados, ou seja, são veículos que têm sua identificação ou os documentos alterados, e são revendidos por quadrilhas no mercado nacional. A menor parte deixa o país, uma vez que, o

maior mercado receptor é de peças, onde a rastreabilidade é mais difícil.

De acordo com a Secretaria de Segurança Pública do Estado de São Paulo, os índices de criminalidade do terceiro trimestre de 2009 diminuíram em relação aos dois primeiros trimestres do ano. A análise dos dados deste terceiro trimestre aponta redução nos crimes contra o patrimônio no Estado, em comparação ao trimestre anterior: menos 7,69% nos roubos e 5,26% nos furtos de veículos. Do segundo para o terceiro trimestre, os roubos de veículos caíram de 19.011 para 17.550 e os furtos dos veículos, de 28.158 para 26.679.

Os dados da tabela são da Secretaria de Segurança Pública do Estado de São Paulo, onde 59% dos casos são de furto e 41% são de roubo, tendo uma recuperação de 42,5%:

2009	Roubo	Furto	Veículos recuperados
1º Trimestre	19.253	26.778	19.141
2º Trimestre	19.011	28.158	19.807
3º Trimestre	17.550	26.679	18.890
4º Trimestre	16.028	23.726	17.482
TOTAL:	71.843	105.341	75.320

Resseguro: do sonho à realidade

Especialista analisam o comportamento do mercado e apontam perspectivas para 2010

Após décadas de monopólio, no qual as companhias seguradoras brasileiras obrigatoriamente contratavam resseguros com o Instituto de Resseguros do Brasil (IRB – atualmente renomeado IRB-Brasil Re), a atividade deixou de ser exclusividade do Estado.

Em 2007, depois de anos de preparação, análises e debates, a atividade foi regulamentada por meio da Lei Complementar nº 126/2007 e pela Resolução nº 168/2007, da Superintendência de Seguros Privados (Susep), dando, assim, início a uma nova etapa no mercado segurador no País.

A abertura de mercado criou uma série de expectativas por novos produtos e serviços; possibilitou a entrada de resseguradoras estrangeiras, que passaram a atuar como admitidas ou eventuais; e contribuiu para o estabelecimento de novas regras de mercado, capazes de regular a atuação das empresas e tornar o setor mais atraente e competitivo.

EXPECTATIVAS PRÉ-ABERTURA

Segundo Jorge Luiz Caminha, presidente de Guy Carpenter, desde 1985 já se falava em pôr fim ao monopólio do IRB-Brasil Re. Entretanto, esse sonho somente veio a ser realizado recentemente. “Foi aí que tomamos contato com a realidade do mercado aberto. Antes, enquanto se esperava que o IRB finalmente perdesse o monopólio, muitos costumavam dizer coisas como ‘as taxas de juros cairão’, ‘o IRB será a solução para as seguradoras pequenas’, ‘os resseguradores só se importam com as seguradoras grandes, com aquelas que contam com grande volume de prêmios’. Mas, na verdade, quando o mercado efetivamente foi aberto, quase nada se concretizou. O que existia era uma visão distorcida da realidade, mas que hoje é devidamente possível entender”.

Durante muitos anos, o IRB foi procurado por seguradoras, que chegavam até ele naturalmente, não demandando nenhum esforço por parte da estatal. Após 2007, esse cenário mudou. “Se olharmos para os efeitos reais, vindos de anos de exclusividade, o que se vê é que o monopólio auxiliou a criação de política de conservação do mercado, porque tirou das seguradoras de me-



Max Thiermann

nor porte a possibilidade de operar em determinados nichos. Claro que houve concentração de mercado em função de outros fatores, como aconteceu em muitos outros segmentos, especialmente do setor financeiro, mas o resseguro também auxiliou isso”, destaca.

Aliada a esse fator, a abertura se deu em um momento em que o mundo vivenciava em uma de suas piores crises financeiras. Havia, por consequência, grande preocupação por parte do mercado mundial em avaliar os efeitos dessa crise sobre a rentabilidade do capital e sobre a segurança financeira dos agentes do mercado internacional. Internamente, o País vivia um período

de declínio das taxas de juros. Diante dessa situação, as seguradoras foram obrigadas a lidar com um cenário completamente novo.

“Os abalos na economia global não permitiram que as taxas caíssem no Brasil por conta do aumento da concorrência, conforme era aguardado pelo mercado. Ou seja, a expectativa do setor nacional era conseguir taxas ainda mais baixas, mas isso não se concretizou, porque, com a abertura, os preços praticados no Brasil são diretamente afetados pelo cenário internacional”, explica Max Thiermann, presidente da Allianz Seguros.

CENÁRIO ATUAL

Embora esteja prestes a completar três anos de existência, o mercado aberto brasileiro de resseguros ainda é bastante recente. “A abertura veio alguns meses antes do auge da crise dos mercados financeiros globais. Quando os novos operadores começaram a receber suas autorizações ou registros para atuarem no Brasil, a situação era extremamente delicada e, por isso, houve uma natural retração no processo de mudanças”, explica Rolf Steiner,



Rolf Steiner

diretor comercial da Swiss Re para o Brasil e Cone Sul (Argentina, Chile, Uruguai e Paraguai).

“Efetivamente, o mercado somente começou a operar como mercado aberto apenas a partir do primeiro trimestre de 2009”, complementa a Bradesco Auto/RE Companhia de Seguros.

Entretanto, apesar do susto, a recuperação dos mercados de investimento globais fez com que 2009 se tornasse um ano muito lucrativo para a indústria do resseguro. Enquanto as seguradoras enfrentam problemas para manter o faturamento dentro de um cenário econômico em recessão, o setor de resseguros se beneficiou, uma vez que contou com baixo volume de pedidos de indenização causados por catástrofes naturais. “Em 2009, o setor no Brasil consolidou cerca de US\$ 2 bilhões, contando com uma taxa cambial bastante favorável”, informa Cid Andrade, diretor da Catlin.

BENEFÍCIOS

Mesmo não atendendo plenamente aos ensejos do mercado, a abertura não foi de toda má. Ao contrário. Para o vice-presidente da unidade Aon Risk Services, Marcelo Homburger, “a quebra do monopólio do resseguro e o ingresso de empresas estrangeiras no mercado contribuíram para o surgimento de novos produtos e postos de trabalho,



Marcelo Homburger

criaram um novo nicho de mercado e proporcionaram um ambiente competitivo que, somados, auxiliaram na evolução do País”.

“A nova dinâmica do mercado gerou a possibilidade de escolha, principalmente nos desenhos de contratos, que passaram a permitir retenções mais apropriadas e preços mais competitivos”, aponta Nicolau Daudt, CEO da JLT Re.

Cláudio Saba, diretor de riscos especiais da Marítima Seguros, destaca a questão da carteira de produtos. “Com a abertura, as empresas tiveram a possibilidade de apresentar sua carteira de



Nicolau Daudt

produtos e serviços a um número maior de interessados e potenciais clientes. Mesmo que isso não tenha gerado contratações, foi benéfico no sentido de mostrar a empresa, sua capacidade e seu *know-how* ao mercado”, diz.

A Executive Client Manager da Munich Re, Adriana Seemann, conta: “Podemos ainda mencionar como benefícios a gerência do negócio como responsabilidade da seguradora em relação a taxas técnicas e regulação de sinistros, e uma maior gama de serviços”.

As corretoras de resseguro também vivenciaram mudanças positivas.



Adriana Seemann

“Após a abertura, as corretoras passaram a ter vários clientes (seguradoras), enquanto que no passado tinha apenas o IRB-Brasil Re como cliente”, ressalta Homburger, da Aon.

Além disso, a profissão de corretor de resseguro foi reconhecida e o trabalho do broker vem se mostrando fundamental, já que, mesmo antes da abertura, esse profissional efetuava adequações de vários mercados, e coleta de prêmios e pagamentos de sinistros complexos incluindo vários participantes.

DESEMPENHO E PERSPECTIVAS

A abertura está sendo muito proveitosa e importante para o Brasil, uma vez que o país está cada vez mais ganhando destaque no cenário internacional. “Não só novas empresas estrangeiras passaram a fazer negócios ou ingressaram no país, como também houve a expansão das multinacionais brasileiras para novos mercados”, conta Max Thiermann, da Allianz.

Em que pese a crise já mencionada, o mercado brasileiro teve um bom desempenho se comparado a outros mercados em 2009. Até novembro passado, os dados da Susep apontavam prêmio de R\$ 4,2 bilhões.

Segundo estudos da área de ERC (*Economic Research & Consulting* –



Henrique Oliveira

Pesquisa Econômica e Consultoria) da Swiss Re, feitos a partir de dados públicos, os prêmios de resseguro cresceram mais que os prêmios de seguros no Brasil no último ano. “As linhas que mais contribuíram para o crescimento mais forte do resseguro foram Rural, Engenharia, Riscos Financeiros e RC”, esclarece Rolf Steiner, da Swiss Re.

Para 2010, as companhias atuantes no setor estimam crescimento de 20% em relação ao ano anterior, impulsionado por empreendimentos relacionados à realização da Copa do Mundo, em 2014; dos Jogos Olímpicos, em 2016; e por obras do PAC e do Pré-Sal.

CRÍTICAS

É sabido que o mercado ainda é recente e que todos estão se adequando às regras do jogo, mas, questionados sobre as mudanças necessárias para o que setor tenha o desempenho ideal daqui para frente, os entrevistados apresentaram as seguintes sugestões:

Ronald Kaufmann, diretor da Scor, afirma que o mercado ainda carece de estudos e pesquisas, capazes de indicar suas principais características e de seus *players*.

Já Cid Andrade, da Catlin, comenta: “Gostaria que a Susep se sensibilizasse para a questão das taxas de fiscalização que pretende implantar e que as novas

alíquotas de impostos para remessas ao exterior fossem reduzidas”.

Segundo Nicolau Daudt, da JLT Re, o problema maior está na falta de mão-de-obra. “O que falta hoje é mão-de-obra especializada. A Funenseg faz um excelente trabalho na área educacional, porém o mercado cresceu mais que a oferta de profissionais”.

“Acredito que a principal mudança deva ocorrer em relação à adequação de taxas e condições, e melhorias na regulação de sinistros”, afirma Adriana Seemann, da Munich Re.

SUBSCRIÇÃO

Neste tópico, especificamente, a situação não tem sido das melhores para o mercado. Apesar da ampla variedade de empresas – existem cerca de 70 empresas atuantes –, companhias seguradoras e seus segurados estão passando por maus momentos para contratar resseguro para seus riscos.

Jorge Luiz Caminha, da Guy Carpenter, conta que “as exigências que hoje são feitas pelo mercado para a subscrição de riscos eram anteriormente ignoradas. Daí a dificuldade em se subscrever riscos”.

O diretor da Miller do Brasil, Márcio Corrêa, completa: “A partir de agora haverá cada vez mais pedidos recusados, mais restrições, pois há uma



Jorge Caminha

política de subscrição real, que considerará critérios como capacidade financeira, conceitos e remunerações”.

Para o presidente da ACE Seguros, Marcos Couto, o problema não está ligado às resseguradoras. “De fato, muitas empresas não estão conseguindo colocar seus riscos e isso, evidentemente, causa uma série de transtornos tanto à empresa quanto ao seu segurado. Entretanto, na outra ponta, tem muita gente que consegue fazer, e por um simples motivo: estão fazendo direito. A dificuldade tem sido gerada por conta da prestação de informações incompletas, equivocadas. Quanto mais informações forem repassadas ao ressegurador, maior será a chance de melhorar o risco e de cobri-lo”, assegura.

NOVA ETAPA

Desde 17 de janeiro deste ano, a reserva de mercado determinada aos resseguradores locais foi reduzida, passando de 60% para 40%. Desta maneira, a vantagem, inicialmente atribuída aos locais e que perdurou por três anos, será reduzida, criando maior margem de possibilidades de negócios para os resseguradores admitidos. “Caminha-se para um novo cenário, mais aberto e livre nas contratações, cujos paradigmas devem permear todo e qualquer segmento econômico no País. Não há mais espaço para mecanismos que condicionem a liberdade de agir das empresas”, afirma o especialista em resseguros Walter Polido, da Polido Consultoria.

Diante da nova norma, outras responsabilidades surgem para as seguradoras. Hoje, o ambiente do resseguro é plural e, por isso, demanda especialização das companhias. Neste cenário, cabe ao Poder Público regulador municiar o mercado por meio de medidas conducentes aos novos paradigmas, sem apartar o Brasil dos demais mercados internacionais e tão pouco estigmatizá-lo com fatores diferenciadores não encontrados em outros países. “O resseguro é uma operação internacional por excelência e o Brasil não pode ‘nacionalizá-la’”, destaca Polido.

Mapa do Site

Resultado Concretos:

PLANETA SEGURO

Destaques São Paulo, quinta-feira, 4 de março de 2010

Publicidade

Garanta a segurança do seu notebook e seus dados

acer

E ganhe 1 ano de Proteção!

www.acershopping.com.br

Últimas Notícias

quarta-feira, 3 de março de 2010

- MPRO comemora sucesso de implantação na American Life
- Previdência é opção para estudo superior dos filhos
- Fenacor e Positivo unidos para beneficiar Corretores
- Café da manhã do Clube das Gúrias muda de local
- MetLife lança serviço exclusivo de agendamento de consultas odontológicas
- Santander Seguros amplia lucro e prêmios em 2009
- Berkshire Hathway lucra US\$ 8 bilhões em 2009
- Crescimento da carteira de automóveis foi maior no Rio
- Empresas da Tijuca podem aderir a Cartão de Benefícios
- Potencial Seguradora venderá seguro de danos

Todas notícias

O portal Planeta Seguro oferece o melhor canal de comunicação pela internet. Veja as vantagens:

- Atualização diária;
- Cobertura de eventos e notícias em tempo real;
- ClippingSegtotal diário;
- InformativoSegtotal a qualquer hora do dia;
- Download da revista Seguro Total eletrônica com o mesmo formato da revista impressa, tornando a revista mais lida do mercado;
- Mais de 55 mil mensagens enviadas diariamente.
- 15 mil Page View/dia

Gratuito
Não precisa
cadastro e senha

Tecnologia da Informação

Mais que reduzir o fluxo de papel e conferir agilidade à realização de trabalhos, o emprego de recursos tecnológicos visa contribuir para que corretoras e seguradoras obtenham sucesso em seus negócios

Nos últimos anos, o crescimento dos negócios do mercado segurador brasileiro pode ser observado pelo aumento do volume de arrecadação. Segundo dados da Confederação Nacional das Empresas de Seguros Gerais, Previdência Privada e Vida, Saúde Suplementar e Capitalização (CNSeg), em 2008, o mercado arrecadou R\$ 96,398 milhões. Esse crescimento reflete a expansão do mercado, medida por sua participação no Produto Interno Bruto (PIB) do País – 3,34% no mesmo período.

O crescimento efetivo registrado nos últimos anos tem sido acompanhado pelo aprimoramento dos processos de negócios das companhias e de seus sistemas de informação.

Grande parte do sucesso de uma corretora de seguros, seguradora ou operadora de saúde depende de um bom sistema de administração e gestão de processos. Assim, os sistemas tornam-se aliados indispensáveis para o controle estratégico dos gastos e, conseqüentemente, contribuem para a redução de despesas.

TI NA PRÁTICA

Usar adequadamente os recursos disponibilizados pela Tecnologia da Informação (TI) significa, dentre outras coisas, que as áreas responsáveis pela gestão de TI nas empresas precisam conhecer profundamente seus negócios, que devem definir métricas e criar indicadores para o suporte à gestão.

“A TI tem muito a contribuir para o amadurecimento e a eficiência do setor de seguros. Os processos operacionais são suportados por *Enterprise Resource Planning* (ERPS – Sistemas Integrados de Gestão Empresarial) e sistemas



Neuza Ferreira Rocha, da Amil

de *Business Process Modeling* (BPM – Modelagem de processos de negócios), que garantem maior controle, segurança e velocidade; a governança corporativa assegura a transformação do conhecimento e dos dados das empresas em verdadeiros tesouros; e as ferramentas de *Business Intelligence* e planejamento conferem maior vantagem competitiva e grande capacidade analítica”, explica Neuza Ferreira Rocha, diretora de Tecnologia e Operações da Amil.

A tecnologia pode ser uma forte aliada na simplificação dos processos de negócios, o que normalmente se traduz em maior eficiência operacional, acarretando redução de custos e barateando os seguros. Também é possível prover mais alternativas aos corretores de seguros, ofertando a estes profissionais sistemas mais ágeis e flexíveis, com um sólido suporte de vendas.

Por conta de seu emprego, situações

impossíveis há alguns anos constituem hoje uma realidade. Por exemplo, atualmente é possível comercializar seguro por celular e utilizar este canal para ampliar a oferta de serviços e produtos.

Segundo Marcos Monteiro Pereira, consultor de negócios da Stefanini IT Solutions, os canais de distribuição são foco estratégico das companhias seguradoras. “A internet, como canal de distribuição e de integração entre parceiros de negócios, tem papel fundamental. As empresas precisam aprender a utilizar esse canal para alcançar seu público-alvo e parceiros de negócios para distribuição de seus produtos de maneira ágil e confiável, bem como manter um canal de comunicação permanentemente aberto”, afirma.

A Bradesco Seguros e Previdência completa: “A tecnologia é fundamental para dar suporte à maior prioridade do mercado de seguros em 2010, que é desenvolver novos canais de atendimento, como via internet, redes de varejo, mobilidade e dar maior dinâmica ao *call center*”.

Como em todas as organizações, os vários segmentos encontram-se em estágios distintos de amadurecimento e consolidação. Certamente, ainda há muito a se fazer, mas diversas iniciativas, ainda que em estágios embrionários ou em evolução, já agregam grande valor a todos os elos da cadeia.

CUSTO X BENEFÍCIO

Embora os custos sejam comprovadamente bastante elevados, mesmo para os cofres de uma seguradora de grande porte, podendo variar desde alguns poucos milhares de reais até cen-



Gaspar Lins, da Marsh

tenas de milhões, o investimento em soluções tecnológicas é fundamental para estreitar o relacionamento entre as seguradoras/corretores e clientes, promovendo a obtenção e retenção de clientes. “A redução de custo e a qualidade do serviço depende essencialmente da implementação de uma gestão por processos vinculada à escolha correta de ferramentas e parceiros tecnológicos”, explica o gerente executivo de Tecnologia da Informação da Marsh Brasil, Gaspar Lins.

Os benefícios gerados a partir desse investimento são inúmeros, como maior controle sobre processos e na prevenção de fraudes; governança corporativa, que assegura retenção de conhecimento tácito e melhor gerenciamento de recursos e oportunidades; estreitamento com a força de vendas (interna e externa), com maior eficiência e melhor distribuição de benefícios para todos; otimização de processos de auditoria e relacionamento com órgãos reguladores; garantia de perenidade de ativos operacionais e informacionais e a disponibilização desses ativos para uso da empresa na geração de diferenciais competitivos; gestão integrada e centralizada, com padronização e visão corporativa; garantia de atendimento a clientes, parceiros e fornecedores de

negócio; vantagem competitiva sobre concorrentes; e, muito recentemente, embora ainda muito incipiente, comunidades de relacionamento que propiciarão novos mercados e a formação de novas marcas e de cadeias de valor até então pouco conhecidas ou mesmo ainda desconhecidas.

A TI é um elemento importante na estratégia para fazer frente às profundas mudanças no mercado segurador, como a adoção de novas regulamentações, alterações nas regras de solvência, operações com microsseguros e o incremento das operações de resseguro. A expectativa é de que a TI contribua para o aumento da eficiência operacional nos negócios. Em tempos de fusões/incorporações e atuação em nichos, a eficiência operacional das empresas é fator fundamental de sucesso. Entretanto, de nada adianta investir em tecnologia e não preparar fortemente os nossos profissionais para as atuais exigências do mercado. É preciso comunicar aos funcionários e colaboradores que a empresa adotará uma tecnologia nova e explicar seus objetivos.

Muitas organizações posicionam o departamento de tecnologia como uma esfera separada das demais áreas, e isso é um grande erro. A TI é parte estratégica do negócio, possuindo papel decisivo no planejamento estratégico das empresas e participação ativa na discussão das prioridades de negócio.

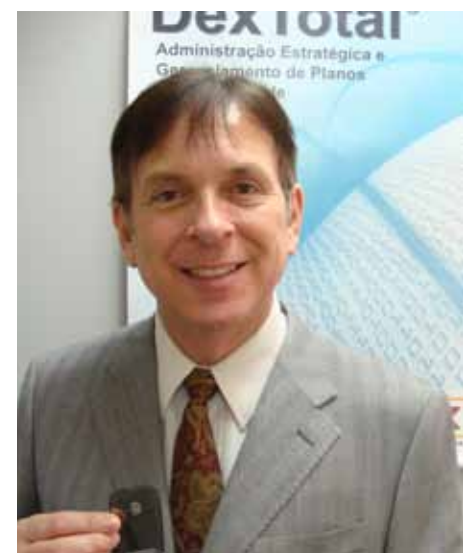
“É muito importante que a empresa, independente de seu porte, opte por um sistema que permita a interação com outros softwares já existentes, de modo a trazer informações que foram alteradas e cruzar dados, garantindo a consistência das informações. Isso faz com que a empresa ganhe agilidade e qualidade no processo de gestão como um todo”, destaca Sérgio Mônaco, diretor de marketing e vendas da DexBrasil. Essa integração de dados e informações auxilia na gestão e na tomada de decisões, contribuindo para que a empresa alcance os objetivos de seu negócio.

Além disso, vale ressaltar que não são apenas as seguradoras e corretoras de seguros que podem se beneficiar nesse processo. “O cliente também sai ganhando com os investimentos feitos em TI, pois, além de obter uma resposta mais ágil às suas solicitações e necessidades, ele ainda consegue um preço mais adequado ao seu perfil”, ressalta o diretor de relacionamento da Crivo, Rodrigo Del Claro.

OS ESPECIALISTAS ORIENTAM

Quando se pensa em investir em TI, não basta apenas ter em mente a necessidade de aquisição de uma solução tecnológica para auxiliar a gerir o negócio. Segundo especialistas em TI e seguros, é de suma importância a observação de alguns pontos. “A tecnologia, por si só, não é capaz de promover grandes resultados. Ela é o meio e não o fim. Antes de investir em tecnologia, é preciso entender a demanda, estabelecer objetivos, rever os processos. Buscar a eficiência operacional não é simplesmente escolher um produto do mercado e selecionar um integrador. A eficiência está em saber ‘o como’ e não somente ‘com o quê’”, ressalta Gaspar Lins, da Marsh.

“Antes de buscar um fornecedor, é muito importante pesquisar quais são as reais necessidades da companhia e for-



Sérgio Mônaco, da DexBrasil



Mauro Bentes, da Lazam-MDS

“matar uma estratégia para a aplicação do que, de fato, se busca. Com isso em mãos, fica mais fácil filtrar quais parceiros podem atender às necessidades do futuro contratante”, diz o gerente de TI da Lazam-MDS, Mauro Bentes.

Neuza Rocha, da Amil, afirma que existem diversas opções de soluções e fornecedores e, dentre eles, evidentemente há uma série de oportunidades e ameaças. “Uma empresa deve assegurar-se de estar realizando o estudo apropriado e pautando suas decisões em fatos concretos. Estudos de viabilidade, de retorno sobre o investimento, índices de aderência e viabilidade técnica e financeira dos projetos são alguns dos requisitos indispensáveis. Mas também são importantes a análise de sustentabilidade, considerações formais de agregação de valor ao negócio e de relevância x modismo”.

Outro ponto importante, conforme destaca Mauricio Ghetler, diretor de marketing e vendas da I4PRO, refere-se aos recursos destinados a TI. “É fundamental que os investimentos sejam assertivos, ou seja, que um sistema já seja razoavelmente aderente às necessidades da empresa, que não exija longos processos de implantação nem comprometa muitos recursos iniciais como *down-payment*. Em adição, é im-

portante que o custo de manutenção e, conseqüentemente, o TCO (*Total Cost of Ownership* – Custo Total de Propriedade) sejam baixos, pois sistemas devem ser implantados para durar”.

Para a Bradesco Seguros, “é essencial ter a capacidade de perceber as reais necessidades da empresa, mantendo diálogo frequente com as áreas de negócio. Também é fundamental que o profissional de tecnologia viva a realidade da empresa, que ele possua *know-how* naquele negócio. É desnecessário dizer que é extremamente importante, após definir as prioridades do negócio, contar com parcerias experientes e especializadas, acostumadas a prover soluções para o mercado segurador. A maior parte das empresas que trabalham conosco já o fazem há anos e possuem um histórico de prestação de serviços.”

A executiva do setor de Seguros da IBM Brasil, Mônica Tavares, aponta que “é preciso ter a certeza que o fornecedor tem *know-how* no mercado; contar com profissionais especializados no manejo da ferramenta, pois ela automatiza o processo, mas não funciona sozinha; além de colaboradores que conheçam o negócio”.

André Papaleo, vice-presidente da Unidade de Indústrias da Oracle para a América Latina, destaca ainda que “é preciso observar a solidez da empresa, sua capacidade de inovação, facilidade de integração com o legado, suporte completo (treinamento, consultoria, aplicativos, *middleware*, banco de dados) e referências de mercado”.

O presidente da Plusoft, Guilherme Porto, completa: “Vale a pena analisar os *cases* construídos, as experiências no segmento e as características tecnológicas do produto, que venham permitir escalabilidade no número de usuários. Também se deve levar em conta as facilidades operacionais e de mobilidade da solução em questão”.

SOLUÇÕES TECNOLÓGICAS

Grande parte do sucesso de uma se-



Guilherme Porto, da Plusoft

guradora ou operadora depende de um bom sistema de administração e gestão. “Os custos dessas empresas são elevados, os repasses de aumentos a segurados são limitados e é preciso encontrar soluções criativas, principalmente na administração. Assim, os sistemas tornam-se aliados indispensáveis para o controle estratégico dos gastos e a conseqüentemente redução de despesas”, afirma Sérgio Mônaco, da DexBrasil, empresa que comercializa o Sistema Dex Total, destinado a operadoras e seguradoras de saúde.

“Tecnologia da informação está intimamente ligada aos negócios de uma



Maurício Ghetler, da I4PRO



André Papaleo, da Oracle

seguradora, seja de uma maneira direta ou indireta, seja no coração dos negócios, seja de modo periférico”, afirma Mauricio Ghetler, da I4PRO.

“Embora nos últimos anos tenha ocorrido uma considerável evolução nas plataformas tecnológicas, o mercado segurador ainda é relativamente carente de soluções adequadas. Há ainda muito espaço para soluções de CRM, integração sistêmica entre corretores e seguradoras e portais de colaboração

entre seguradoras, corretores e segurados”, garante Gaspar Lins, da Marsh.

Duas das principais empresas de tecnologia do mundo, a IBM e a Oracle, ao perceber a necessidade do mercado segurador por sistemas capazes de otimizar a realização de seus processos, vêm investindo fortemente no desenvolvimento de soluções específicas para o setor.

André Papaleo, da Oracle, conta que a empresa tem em seu portfólio uma série de ferramentas direcionadas ao mercado. “Em nossa carteira de produtos, contamos com soluções como ‘Gestão de Distribuição e Serviço’, que permite ao usuário gerenciar redes de distribuição, fornecer visibilidade da lucratividade da distribuição e habilitar o atendimento ao cliente multicanal; e ‘Gestão de Ciclo de Vida das Apólices’, que possibilita uma gestão de indenizações completa e centrada no cliente, oferece gestão de comissões e faturamento empresariais com a funcionalidade dos processos verticais e permite uma gestão abrangente para os processos de negócios”.

Mônica Tavares explica que a IBM conta com uma equipe altamente ga-



Mônica Tavares, da IBM

baritada de profissionais de TI com *expertise* em seguros. “Conhecer a fundo o negócio é fundamental para se desenhar um projeto adequado às reais necessidades de nossos clientes. Sem esse conhecimento prévio do negócio, corre-se o risco de não se atender plena e satisfatoriamente aos ensejos do cliente”.

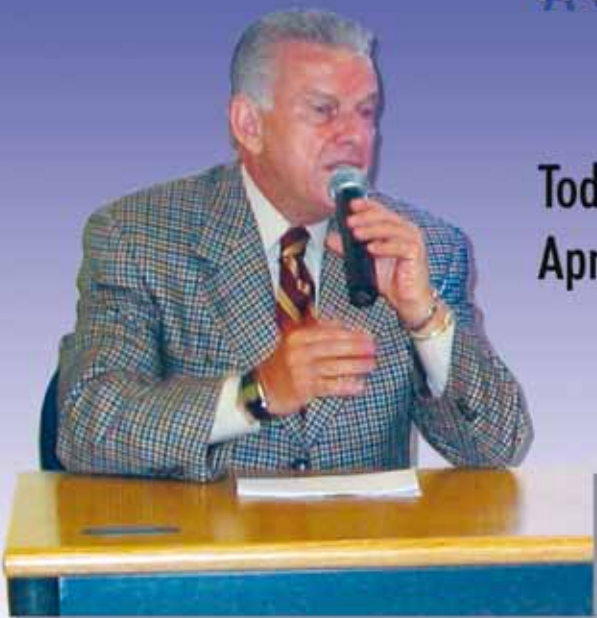
O setor de saúde é um dos mais dinâmicos e competitivos e esse binômio normalmente resulta em grande com-

102,5

A Grande Jornada pelo Mundo dos Seguros

Toda segunda-feira, das 7 às 8 horas.
Apresentação: Pedro Barbato Filho

Rádio Imprensa FM 102,5





Rodrigo Del Claro, da Crivo

plexidade. Um dos grandes desafios é que dificilmente uma solução genérica destinada a outros setores tem grande grau de aderência ao setor de saúde.

SEGURANÇA DIGITAL

Para a proteção de dados corporativos, faz-se necessária a adoção de diversas medidas. Os aspectos mais significativos para garantir o cumprimento das normas são pessoas e processos. Ou seja, os procedimentos devem ser claros, bem como as responsabilidades dos envolvidos. Não basta ter normas e processos sem capacitação e conscientização. Logo, há um grande desafio de construção de cultura interna de proteção de informação confidencial, aspecto extremamente valorizado pela organização.

“Na contratação de um sistema, é fundamental um acordo entre as partes de confidencialidade amplo, que valha ao menos por dois anos após o término de um contrato”, adverte Mauricio Ghetler, da I4PRO. “Em relação aos sistemas, diversas ações devem



Adalberto Silva Machado, da KPO

ser tomadas em relação à segurança de informação, seja na esfera do controle de acesso e de logs de acesso, seja na esfera do banco de dados e da infra-es-

Cuidados essenciais

Com o objetivo de auxiliar o usuário durante a utilização das soluções tecnológicas adotadas pelas empresas, a advogada Patricia Peck Pinheiro, da PPP Advogados; e o consultor da KPO, Adalberto Silva Machado, elencaram algumas breves orientações:

- Mantenha sempre antivírus e antispymware atualizados.
- Faça uso de firewall e demais softwares de segurança, inclusive para criptografia das informações.
- Em caso de dúvidas referentes à utilização de sistemas ou determinados comandos, peça ajuda ao departamento de TI. Os profissionais dessa área são especialistas e podem te orientar.
- Evite ao máximo copiar infor-

mações críticas e/ou sigilosas para dispositivos móveis, como pendrives, celulares, HDs externos, entre outros. Se for imprescindível, utilize técnicas de proteção ou criptografia.

- Cuide muito bem desses equipamentos. Não os deixe acessíveis a qualquer pessoa.
- Mantenha o computador bloqueado quando não estiver por perto, evitando que pessoas não autorizadas acessem seus arquivos confidenciais.
- Ao encerrar sua sessão em um determinado sistema, não esqueça de fazer log-off de todos os ambientes.
- Não envie documentos e planilhas para e-mails pessoais. Os arquivos podem parar em ambiente inseguro, como o computador doméstico do funcionário, e vazar, causando riscos à empresa.

- Cuidado ao conversar sobre assuntos confidenciais em locais públicos, como restaurantes e cafês. Muitas pessoas não se atentam para esse detalhe, mas podem estar perto de concorrentes, fornecedores e clientes.
- Não repasse suas senhas de acesso aos sistemas para terceiros (mesmo que sejam familiares ou amigos próximos). Se o fizer, mude-a em seguida.
- Modifique periodicamente suas senhas.
- Evite acessar páginas que não tenham relação com o trabalho que você está desenvolvendo, como sites de jogos, por exemplo. Sem os devidos cuidados, seu computador estará sujeito a ataques phishing, invasão, spywares, entre outros riscos.

trutura computacional que o suporta”, completa.

Muitas empresas já ouviram falar sobre políticas de segurança, bloqueio de serviços e sites aos seus colaboradores, políticas de senha para seus usuários, entre outros. “Mesmo em empresas que já utilizam algum tipo de política de segurança, alguns dados confidenciais podem vazar por uma simples falta de atenção ou erro cometido pelo próprio usuário. Por exemplo, transportar informações confidenciais em pendrives sem técnicas de proteção ou criptografia”, conta Adalberto Silva Machado, consultor da KPO Consulting and Educational Services.

Para evitar esse tipo de problema, é essencial que haja um conjunto de regras bem definidas em relação à segurança das informações e de todo o ambiente de trabalho. Grande parte dos

casos de perdas de dados está diretamente relacionada à displicência dos funcionários ante às normas de segurança, o que pode custar caro à corporação.

“Também é preciso restringir ao máximo o número de pessoas autorizadas a entrar no CPD (Centro de Processamento de Dados). Depois disso, é necessária a instalação de um sistema de leitura biométrica, fechaduras eletromagnéticas e leitores externos que apresentem a data, horário e local de acesso da pessoa”, resalta Fernando Moreira, gerente comercial da Instalar-me.

“É fundamental fazer um estudo aprofundado de diagnóstico de risco técnico-jurídico, para que a adoção da tecnologia não traga novos riscos para a operação, mas, ao contrário, apóie na diminuição, gestão e controle dos riscos



Patricia Peck Pinheiro, da PPP Advogados

atuais”, orienta Patricia Peck Pinheiro, advogada especialista em Direito Digital. “Isso tem sido observado na área de saúde, no sentido de se usar cada vez

Enquanto seu pequeno cliente cresce, os sonhos dele vão se realizando.

O Porto Seguro Previdência Infantil **VGBL Futuro Garantido** oferece coberturas de Proteção Familiar que asseguram a continuidade dos estudos da criança, caso algum imprevisto aconteça com o responsável legal. E o plano ainda oferece benefícios que podem ser aproveitados a partir da contratação. Confira:

Escol@ Online

Um portal com serviços e conteúdos para ajudar seu pequeno cliente nos estudos e na preparação para o vestibular.

Assistência 24 horas ao Aluno

Em caso de acidente com a criança, garante aulas particulares, transporte para a escola e fisioterapia, entre outros benefícios.

Aproveite a Campanha para esquentar as suas vendas e oferecer um produto completo e com mais benefícios para o seu cliente.

Para saber mais, acesse www.ofuturodomeufilho.com.br ou fale com seu gerente comercial.

Campanha Volta às Aulas.
Contratando o
VGBL Futuro Garantido
até 15/03, seu cliente
ganha uma linda
gimfinha de pelúcia.

Informações relativas ao plano previdencial. Consulte as condições gerais e o regulamento do plano contratado. CNPJ 08.798.289/0001-95 - Previdência VGBL Multigeralidade. RVT2 - 1541430220/2009-26. VGBL Multigeralidade RVT6 - 1541430221/2009-48. VGBL Multigeralidade - 1541430424/2007-03. VGBL Solvência - 1541430222/2009-05. PPAE. Renda Fixa - 1541430223/2009-07. VGBL Crescimento - 1541430224/2009-08. VGBL Multigeralidade RVT5 - 1541430225/2009-12. VGBL Multigeralidade RVT4 - 1541430226/2009-45. VGBL Multigeralidade - 1541430419/2007-01. VGBL Solvência - 1541430227/2009-04. VGBL Renda Fixa - 1541430228/2009-03. VGBL Crescimento - 1541430229/2009-01. PPAE - 1541430230/2009-06. PPAE por Prato Certo - 1541430231/2009-02. PPAE em Mensal - 1541430232/2009-02. VGBL Futuro Garantido - 1541430233/2009-26. Cobertura de Risco VGBL Futuro Garantido - 1541430234/2009-18. O registro deste plano na SUSEP não implica, por parte da Autoridade, incentivo ou recomendação à sua comercialização. Nos termos da legislação vigente, o Participante poderá optar em qualquer momento de arbitragem por arbitragem decorrente.

Previdência infantil

PORTO SEGURO
SEGUROS

mais processos eletrônicos, visto que a eliminação de papel e de contato humano ajuda no combate a fraude, além de liberar espaço para leitões”.

O uso da biometria também permite uma autenticação mais forte. “Mas é essencial criar normas internas claras, especialmente as relacionadas à Política de Segurança Corporativa de um modo geral e, em especial, de Segurança da Informação e sobre o uso dos recursos tecnológicos”, destaca Patricia.

Rony Vainzof, sócio da Ópice Blum Advogados e professor de Direito Eletrônico, pontua que segurança digital não se restringe apenas ao meio eletrônico. “É de suma importância que as corretoras e seguradoras adotem medidas tecnológicas no sentido de proteger seus sistemas e informações. Mas, igualmente importante é a necessidade de se criar uma cultura interna na empresa”.



Rony Vainzof, da Ópice Blum

Segundo o advogado, é preciso orientar os funcionários e demais colaboradores sobre os riscos que estes podem causar à companhia e aos clientes, além de poderem prejudicar a si próprios quando do vazamento de informações. “Divulgar dados considerados sigilosos, favorecendo a concorrência

desleal, por exemplo, é um ato gravíssimo, passível de medidas judiciais, conforme previsto nos artigos 153 e 154 do Código Penal”, alerta.

PERSPECTIVAS E TENDÊNCIAS

O segmento de tecnologia da informação brasileiro vive um bom momento. Segundo pesquisa da Associação para Promoção da Excelência do Software Brasileiro (Softex), o setor encerrou 2009 com crescimento de 9,3% e receita anual de R\$ 52,8 bilhões. Para 2010, a entidade estima um movimento de R\$ 57,7 bilhões e repetição do nível de crescimento, acima de 9%.

O mercado de TI com foco em seguro segue o mesmo ritmo, com excelentes perspectivas para o período. “As empresas querem preparar suas áreas de TI para grandes investimentos a partir de 2011, por isso, a tendência para este ano é a busca por soluções que visam a redução de custos, a maximização da performance das tecnologias já existentes, o suporte ao crescimento da empresa e o alinhamento das diversas estratégias de negócio”, conta Guilherme Porto, presidente da Plusoft.

Na área de seguros, de acordo com a Superintendência de Seguros Privados (Susep), a expectativa é que o mercado cresça em torno de 16% e 20% neste ano, com faturamento em torno de R\$ 100 bilhões, englobando as atividades de seguros, previdência, capitalização e resseguros. Assim, espera-se que a demanda por serviços aumente.

“A necessidade de integração de sistemas geradas pelas fusões e aquisições do último ano serão responsáveis por parte dessa demanda. Esse movimento também gera a necessidade de ajustes nos sistemas das empresas com o intuito de utilizar as melhores práticas de cada empresa envolvida”, comenta Marcos Monteiro Pereira, da Stefanini. “As empresas devem focar

em eficiência operacional e, portanto, creio que haverá mais investimentos em processos onde as ferramentas de BPM podem se destacar. Também, dada a especialização e operação em nichos de mercado, torna-se necessário uma maior visibilidade das informações permitindo ajustes na estratégia. Nesse ponto, as ferramentas de BI e CRM serão muito importantes”.

“Estamos trabalhando para entrar em nossos clientes com toda a automação do processo de análise de risco para precificação on-line e acreditamos que as empresas de seguros investirão alto na automação de processos e no ganho de performance, que está diretamente ligado a sua competitividade no mercado segurador”, conta Rodrigo Del Claro, da Crivo.

“Acreditamos que cada vez mais as seguradoras deverão investir em tecnologia com objetivo de reduzir custos, aumentar ainda mais a eficiência e aprimorar cada vez mais o relacionamento com clientes”, destaca Mônica Tavares, da IBM.

Segundo os entrevistados, estima-se que mercado segurador investe anualmente entre 2% e 3% de seu faturamento em tecnologia. Para 2010, a expectativa é que esses investimentos ultrapassem a marca de R\$ 1,5 bilhão.

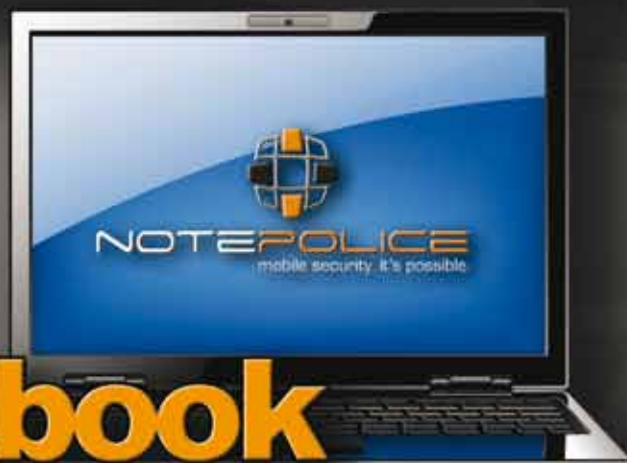


Marcos Monteiro, da Stefanini



NOTEPOLICE
mobile security. it's possible.

Rastreador de Notebook



NOTEBOOK
GUARDIAN

Qual o prejuízo se roubarem seu notebook com suas informações?

Muitas vezes se perdem meses de trabalho além de dados confidenciais, mas agora já existe uma forma de proteção.

A NotePolice fará o rastreamento e resgate do seu equipamento em todo território nacional.

Sucesso há anos nos Estados Unidos agora este serviço está disponível aqui no Brasil através da NotePolice.



INPI INSTITUTO
NACIONAL
DA PROPRIEDADE
INDUSTRIAL
PRODUTO PATENTEADO



**+ Módulo
Proteção de
Dados e Arqui-
vos Pessoais**

Você sabia que a sua privacidade e da sua empresa podem estar expostas?

Qualquer pessoa não autorizada, mesmo sem maiores conhecimentos em informática pode ter acesso a informações valiosíssimas (mesmo após uma formatação do Hard Disk), como:

- Informações e cache do Navegador de Internet (Login e senha de todos os sites já visitados, incluindo a extranet da própria empresa);
- Arquivos pessoais e corporativos confidenciais, mesmo protegidos com usuário e senha do Windows;
- Orçamentos, projetos, agenda de contatos, planilhas, imagens, etc. Informações que em mãos erradas, podem comprometer você, sua empresa e favorecer a concorrência;

Proteja-se já com o Notebook Guardian!

Revendedor Autorizado

SMARTSEC

www.smartsec.com.br
Fone/Fax: 11 39613316

Liberty fatura R\$ 1,5 bi e cresce 16% no Brasil

A Liberty Seguros fechou 2009 com R\$ 1,5 bilhão em prêmios emitidos líquidos, volume 16% superior ao registrado em 2008. A expansão dos negócios ocorreu, em parte, devido ao crescimento das vendas dos produtos de varejo. Um dos destaques foi a carteira de automóveis, que registrou alta de 15%. Esse segmento foi estimulado pela venda recorde de carros zero quilômetro, fruto da isenção do Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI). Também registram expansão os contratos de *affinity* (37%), refletindo a

tradição mundial do grupo em programas de afinidade.

O forte crescimento registrado pela companhia foi acompanhado da diversificação de seus negócios no mercado local. Em fevereiro de 2008, a Liberty iniciou no País as operações da LIU (*Liberty International Underwriters*), a divisão mundial de grandes riscos da Liberty, que conta também com a divisão de resseguros, a LMIC (*Liberty Mutual Insurance Company*), que inclui ainda os segmentos de petróleo, petroquímica, construção civil

e construção naval.

Em seus primeiros nove meses de atuação, a divisão movimentou prêmios da ordem de R\$ 16 milhões. O destaque da carteira, neste segmento, ficou para as apólices de D&O (*Directors & Officers*), conhecido no Brasil como seguro de responsabilidade civil de executivos.

Mesmo com a crise econômica que marcou o primeiro semestre, o aumento da sinistralidade e os investimentos realizados na expansão da carteira e na abertura das novas divisões, o grupo Liberty fechou 2009 com lucro líquido de R\$ 16,9 milhões no Brasil.

Lucro líquido de R\$ 37,5 milhões e R\$ 846 milhões de ativos

Diante de um cenário econômico atípico e desafiante, a Chubb do Brasil demonstrou habilidade e encerrou 2009 com R\$ 51,7 milhões de lucro bruto, antes dos impostos e participações. A companhia fechou o ano com R\$ 846 milhões de ativos totais e seu patrimônio líquido teve crescimento de 12,9% em relação a 2008.

O resultado do ano é consequência de um crescimento de 7,7 % nos prêmios retidos, somado a uma forte in-

tensificação do foco da administração no resultado positivo das operações de seguros antes dos tributos, que atingiu R\$ 38,4 milhões, ultrapassando em 18,5% o resultado do ano passado.

O índice de sinistralidade de 47,8% manteve-se abaixo da média do mercado, cerca 52% no período. As despesas de comercialização reduziram em 2% de dezembro de 2009 em relação ao mesmo período em 2008. No entanto, as despesas administrativas cresceram

1% (de 11,8% para 12,5%), indicando forte investimento em pessoas e processos, por meio de iniciativas de aprimoramento profissional e motivacional, e implementação de ferramentas ainda mais eficientes.

O índice combinado ampliado foi de 77,2 % contra 73,4 % no mesmo período do ano anterior. Já o índice combinado atingiu 81,8 % no ano contra 78,4 % em dezembro de 2008.

IRB lucra R\$ 370,4 milhões em 2009

Em 2009 o IRB-Brasil Re registrou lucro líquido de R\$ 370,4 milhões, montante 2,67% superior ao registrado no período anterior. A rentabilidade sobre o patrimônio líquido foi de 19,68%. Os resultados alcançados foram positivos, tanto pelo reconhecimento do valor patrimonial da companhia quanto pela reafirmação de um futuro promissor.

No ano passado, o IRB permaneceu com a preferência das seguradoras, mantendo-se com 80% dos prêmios emitidos pelos resseguradores locais. Apesar da perda relativa de *market*

share, a empresa conseguiu manter o volume de prêmios de resseguros estável – R\$ 2.914,7 milhões, uma redução de 8,78% em comparação ao exercício anterior. Analisando somente os prêmios retidos, a diferença também foi mínima (R\$ 1.587,3 milhões em 2009 e R\$ 1.536 milhões em 2008).

A revisão da política de subscrição e gestão de riscos da companhia também contribuiu para o resultado positivo. Em ambiente concorrencial, o IRB optou por assumir, em diversas ofertas, frações do risco, em vez de acatá-lo integralmente,

como fazia na época do monopólio. O sucesso da estratégia pode ser comprovado tanto pelo resultado operacional quanto pelo índice de sinistralidade dos riscos retidos. O resultado operacional foi de R\$ 390,4 milhões, representando aumento de 191,02% em relação a 2008. O índice de sinistralidade foi de 61,78%, uma redução de 14,47%.

Já o resultado financeiro de 2009 foi de R\$ 324,1 milhões, uma redução de 51,32% em relação ao exercício de 2008, causada por dois fatores: redução da taxa Selic e variação cambial.

Allianz alcança R\$ 2,25 bilhões em faturamento

A Allianz Seguros divulgou recentemente seu balanço, que inclui os resultados da subsidiária Allianz Saúde. Nos segmentos em que atua, incluindo Saúde, os prêmios de seguros consolidados somaram R\$ 2,25 bilhões, com alta de 19,2% em relação a 2008. Os ativos totais atingiram R\$ 3,07 bilhões, representando aumento de 25,7%, em comparação a 2008. As provisões técnicas somaram R\$ 1,14 bilhão, com um incremento de 9,9%. O patrimônio líquido teve elevação de 5,9%, perfazendo R\$ 538 milhões. O resultado operacional chegou a R\$ 140 milhões, com crescimento de 12,2%, quando comparado ao exercício anterior. O lucro líquido foi

de R\$ 80 milhões, 7,8% maior.

Como resultado da melhoria da eficiência operacional, a Allianz reduziu o índice de despesas administrativas, que passou de 16,7% em 2008 para 15,6% no último exercício. O índice de sinistralidade foi de 64,2%, mantendo a mesma média de 2008. O resultado financeiro foi impactado devido à redução da taxa básica de juros.

De acordo com dados divulgados pela Susep, no total do setor, sem saúde e sem VGBL, a Allianz figura entre as sete maiores seguradoras do país, com alta de 22,8%. O crescimento do mercado foi de 5%.

Em Automóvel, a companhia cresceu

24,4%. Grande parte desse resultado se deve à estratégia de expansão regional. O produto teve desempenho expressivo em todas as regiões do país. O aumento da base de corretores e, consequentemente, da capilaridade foram fatores decisivos ao resultado dessa carteira.

Nos seguros empresariais, vale ressaltar o desempenho dos Riscos Nomeados (RN) e Riscos Operacionais (RO). Nestes ramos, o crescimento da companhia foi de 50,4% em relação a 2008, colocando-a na vice-liderança do setor.

A Allianz Saúde, sob supervisão da Agência Nacional de Saúde Suplementar, ANS, faturou R\$ 367 milhões e teve lucro de R\$ 15 milhões.

Mercado de capitalização fatura R\$ 10,1 bilhões em 2009

O mercado de títulos de capitalização encerrou 2009 com números positivos. De acordo com dados divulgados pela Federação Nacional de Capitalização (FenaCap), o setor encerrou o ano com faturamento de R\$ 10,1 bilhões, o que representa crescimento de 12% sobre 2008.

Somente em dezembro, o mercado faturou R\$ 953 milhões de receita, cifra que representa expansão de 7% em relação ao mesmo período de 2008. Já as reservas de capitalização foram impulsio-

nadas em 11,1% com o total de R\$ 14,9 bilhões no último mês de 2009.

Para Hélio Portocarrero, diretor-executivo da FenaCap, “esses resultados refletem um trabalho árduo que envolve todas as companhias do setor. O mercado se manteve em ascensão mesmo durante a crise econômica e, após seu período crítico, continuou crescendo, o que mostra que o brasileiro incluiu o hábito de guardar dinheiro por meio da capitalização em sua rotina financeira”.

Na classificação nacional, São Paulo encerrou o ano na primeira colocação, com R\$ 3,7 bilhões de faturamento e 37% de participação no segmento. O Rio de Janeiro se manteve na segunda posição com R\$ 1,1 bilhão de receita e 11% de representatividade, enquanto Minas Gerais ocupou o terceiro lugar com R\$ 889 milhões e detém uma fatia de 9% do mercado.

Para 2010, o setor prevê crescimento de 12% no faturamento sobre os números alcançados em 2009.

Icatu Hartford cresce 11% em relação a 2008

O Grupo Icatu Hartford apresentou lucro líquido de R\$ 106 milhões em 2009, crescimento 11% acima do ano anterior. O patrimônio líquido teve aumento de 23%, chegando a R\$ 649 milhões. Já o volume de ativos livres encerrou o ano com o montante de R\$ 381 milhões, superando em 39% o total atingido no final de 2008. A soma dos ativos atingiu o patamar de R\$ 6,6 bilhões, 17% acima do ano anterior, sendo cerca de R\$ 4,8 bilhões sob gestão própria e R\$ 1,8 bilhão sob gestão de terceiros.

O segmento de seguros de vida faturou (prêmios retidos) R\$ 421 milhões, alta de 14% em relação a 2008, acompanhando a taxa de crescimento do mercado. Em previdência aberta, as operações de PGBL e VGBL cresceram 20% em comparação ao mesmo período de 2008. As reservas do Grupo no segmento de produtos de acumulação atingiram cerca de R\$ 3 bilhões, um crescimento de 22% em relação ao final do ano passado, um pouco abaixo do mercado (26%). No segmento

de capitalização, o faturamento apresentou elevação de 11% comparado a 2008, chegando a R\$ 779 milhões, acompanhando a tendência de crescimento do mercado. O montante distribuído na forma de sorteios alcançou R\$ 56 milhões.

Nos negócios de administração de passivos e fundos de pensão, o patrimônio administrado ultrapassou a marca de R\$ 1 bilhão, fechando o ano com 69 empresas patrocinadoras e cerca de 50 mil participantes.

O negócio é dialogar

Alguém já reparou que o ato de comunicar às vezes se confunde com o da negociação? Se considerarmos negociação como sendo uma troca, não há nada mais relacionado à permuta de ideias e valores do que ela, a comunicação. O cenário dos sonhos seria assim: poder desenvolver continuamente nossas habilidades de negociação (sim, nós temos) para na maioria dos casos alcançar o perfeito entendimento do processo negocial e suas abordagens. Simplificando: o que todo mundo quer nesse campo é conhecer e praticar as estratégias de negociação sem perder sua característica pessoal, seu “jeitão”, e, assim, conseguir os melhores resultados.

Um negociador pode ser imprescindível em uma mesa de conselho empresarial, mas ele também pode ser requerido na hora de barganhar o melhor preço em uma loja de vendedores inflexíveis. Aliás, até os vendedores precisam se esforçar para desenvolver uma comunicação que desperte consumidores mais flexíveis na hora de negociar. Em um mundo “normal”, desconheço alguém que não deseje sucesso nessas horas em que precisamos quase sempre apelar para a boa negociação se quisermos cumprir nossos objetivos profissionais e pessoais. Você conhece?

Existe muita “arte de comunicação” e diálogo nas negociações. E também existem maneiras de medir o sucesso de uma negociação. Acredito firmemente que tudo começa com o trabalho de construir a confiança. Ela é o ponto de partida. O resto (também importante) é consequência. Afinal, sem confiança, nenhuma negociação se inicia.

Negociar, assim como comunicar, está arraigado em várias situações cotidianas.

Pare e pense nas horas em que você precisa da aceitação de ideias. Preste atenção em quantos momentos você já teve de agir para convencer, mudar a postura do ouvinte, perguntar sobre alternativas e, nos casos mais difíceis, insistir para convencê-lo.

Assim como é possível ensinar táticas, também é possível aprender a inspirar confiança. Isso porque a confiança tem muito a ver com o estilo de cada pessoa. Aqui está a chave da questão: a prática da boa comunicação na negociação necessita da capacidade de inspirar confiança que, por sua vez, é o resultado de muito treino e aprendizado sobre como mesclar macetes e estratégias aos maiores bens de um autêntico negociador – a coerência e a personalidade verdadeira.

Negociar com sucesso depende muito da busca da aceitação, da credibilidade e da sinceridade na hora de comunicar. E se precisamos tornar nossos ouvintes mais flexíveis quando negociamos com eles, é preciso lembrar que a flexibilidade tem que partir de nós. Devemos considerar o contexto e a necessidade de quem nos ouve e negocia conosco é assim que um diálogo começa.



Reinaldo Passadori, especialista em comunicação verbal e diretor do Instituto Passadori de Comunicação Verbal. Autor dos livros “Comunicação essencial: Estratégias eficazes para encantar seus ouvintes” e “As sete dimensões da comunicação verbal”, ambos pela Editora Gente. www.passadori.com.br

Leitura na tela



A NEGOCIAÇÃO (EUA, 1998)

O nome já diz tudo. Neste filme os valores pessoais são determinantes na tomada de atitudes e para guiar a comunicação na hora de negociar. As necessidades e as ações precisam ser coerentes. Assista a história que traz Samuel L. Jackson no elenco e descubra como harmonia e motivação são fundamentais para o sucesso de uma negociação.

Kit 100% Digital.
A Allianz e o planeta agradecem
pela sua adesão.



Você que aderiu ao Kit 100% Digital merece saber a diferença que essa iniciativa pioneira no setor de seguros está fazendo para o meio ambiente. Além de evitar a emissão de dezenas de quilos de CO₂ durante o envio e transporte de materiais do seguro, o programa poupou mais de **7 toneladas de papel**. Conte para seus clientes. Faça esses resultados continuarem a crescer.

Allianz. Soluções em seguros de A a Z.
www.allianz.com.br


Allianz 

EXCELÊNCIA

É O NOSSO COMPROMISSO

HÁ MAIS DE UM SÉCULO

A **ADVANCED APPRAISAL GROUP** é a maior Organização mundial na área de engenharia de avaliações e serviços correlatos incluindo avaliações e reengenharia patrimonial, que se tornou referência no segmento, incluindo os maiores trabalhos de inventário físico e avaliações para diversas finalidades, que englobaram trabalhos específicos com reconhecimento internacional voltados para ativos tangíveis e Intangíveis.

O **ADVANCED APPRAISAL GROUP**, é responsável pelos dois maiores projetos de engenharia de avaliações para Seguro e finalidades Contábeis do gênero já elaborados no mundo, até hoje, sendo eles para  **PDVSA** e,  **TELEMAR** tomando-se assim, referência internacional na área de Hidrocarbonetos.

- ⇒ Avaliações Patrimoniais para fins de **SEGURO**;
- ⇒ Avaliações Patrimoniais para fins **CONTÁBEIS**;
- ⇒ Gestão e Reengenharia de **PATRIMÔNIO**;
- ⇒ Avaliações por Parâmetros **COMPARATIVOS DE MERCADO**



53 Escritórios em **29** Países estando presente nos **5** Continentes



**ADVANCED APPRAISAL
GROUP**

TRANSFORMAMOS EXCELÊNCIA EM VALOR.

Av. Nações Unidas, 10989 - 11º andar - CEP 04578-000 - São Paulo - SP - Brasil

Fone: +55 (11) 2588 - 7000 / Fax: +55 (11) 2588 - 7099

www.advappr.com