

REVISTA

SEGURO

Ano X
Nº 105 - 2010
R\$ 14,00

TOTAL



Grupo Aclub

Produtos diferenciados e
canais alternativos
contribuem para
crescimento exponencial
da companhia



Fenacor: Robert Bittar reassume a presidência da entidade

Saúde: entra em vigor o novo rol de procedimentos

Papo de Executivo: conheça Marcos Couto, da ACE

Vitrine: seguradoras lançam produtos inovadores

Especial: boas oportunidades em seguro de entretenimento

Tranquilidade para o Corretor e proteção para os negócios de seus clientes.

Os seguros Tokio Marine oferecem flexibilidade e diferenciais como descontos, coberturas personalizadas e rapidez nas indenizações.



Para Empresas

Empresarial Premiado

O seguro empresarial com sorteios de R\$ 10 mil todo mês.

Médias Empresas

Proteção na medida para empresas de médio porte.

Para Equipamentos

Equipamentos

Uma garantia a mais para o desenvolvimento dos negócios.

Equipamentos Agronegócio

Mais segurança para garantir o sucesso de sua colheita.

Seus clientes merecem a tranquilidade de contar com seguros Tokio Marine.

Para mais informações, consulte seu corretor ou acesse o nosso site:

www.tokiomarine.com.br

CNPJ 33.564.821/0001-02 – SUSEP 15414.100.912/2004-28 / 15414.300281/2002-85 / 15414.004955/2005-64 / 15414.004953/2005-75 / 15414.004954/2005-10. CNPJ 88.876.302.0001-94 – SUSEP 15414.200178/2009-78. O registro deste plano na SUSEP não implica, por parte da Autoridade, incentivo ou recomendação à sua comercialização.



**TOKIO MARINE
SEGURADORA**

NOSSA TRANSPARÊNCIA. SUA CONFIANÇA

A todo vapor

Dizem que o trabalho enobrece o homem e, evidentemente, nós concordamos com isso. Mas também é preciso um pouco de diversão, afinal ninguém é de ferro. Prova dessa necessidade pode ser comprovada com base na quantidade de shows internacionais que, este ano, incluíram o Brasil em sua rota. Entre os meses de janeiro e junho, grandes estrelas da música já passaram por aqui, como a cantora pop Beyoncé e a lendária banda de rock Guns n' Roses. Até o final do ano, a previsão é de que ocorram várias outras apresentações do mesmo porte.

Para os apaixonados por futebol – coisa que brasileiro entende muito bem –, tem-se ainda a Copa

do Mundo, na África do Sul. Isso, claro, sem falar nos inúmeros congressos, feiras, exposições e outros eventos que estão ocorrendo mundo afora.

Diante desse cenário, que movimentava milhões de dólares anualmente, surge uma excelente oportunidade de negócios para o mercado de seguros, e é isso que você confere em nossa matéria especial.

Nesta edição abordamos também as principais novidades da área de seguros, como novos produtos, mudanças nas empresas e órgãos do setor, entre outros assuntos.

Boa leitura!

André Pena e José Francisco

Sumário

2 a 8	NOTÍCIAS
10	GIRO DO MERCADO
12 a 15	CAPA
16	ENTIDADE
18 e 19	PAPO DE EXECUTIVO
20 e 24	EVENTO
26	MERCADO
28	ENTREVISTA
30 a 35	ESPECIAL
36	SAÚDE
38	VITRINE
40	CARREIRA & COMUNICAÇÃO

Expediente

Edição Nº 105 - Ano X

Editor

José Francisco Filho
MTb 33.063

Jornalista Responsável

Paula Craveiro
MTb 39.316
paula@revistasegurototal.com.br

Redação

Carolina Abrahão

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

Diagramação

Adriano Aguina

Webdesigner

Diego Santos

Periodicidade: mensal

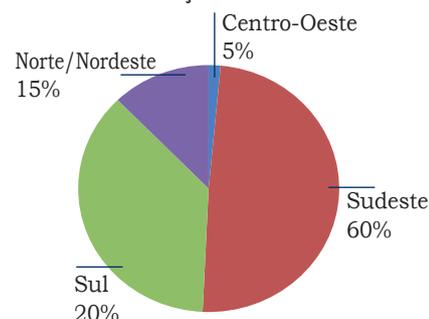
Edição Final

Publiseg 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

Siga-nos no Twitter:
twitter.com/seguro_total

Grupo Allianz planeja investir em geração de energia no Brasil

A Allianz Climate Solutions (ACS) espera fechar, até o final de 2010, a primeira aquisição de uma unidade de geração de energia renovável ou, pelo menos, firmar parcerias para participar dos próximos leilões organizados pelo governo. O objetivo da empresa, controlada pela Allianz, é entrar no mercado brasileiro com geração de energia a partir de biomassa ou de pequenas centrais hidrelétricas (PCHs). O presidente da ACS, Armin Sandhövel, afirma que a preferência por estes dois tipos de fonte de energia vem da facilidade de pôr em prática um projeto sustentável em um curto espaço de tempo. As dificuldades envolvidas com a construção de grandes hidrelétricas afastam a companhia dos maiores projetos de fonte hídrica e aproxima a companhia das PCHs, devido às boas oportunidades nas parcerias com indústrias locais e na possibilidade de conexão com as linhas de transmis-



CERPCH

são. “O Brasil tem muita experiência em bioenergia e não teremos de procurar por um novo negócio, com muitas barreiras ou dificuldades, porque ele já é estabelecido”, destacou Sandhövel, durante o 28º Encontro Econômico Brasil-Alemanha, em Munique, na Alemanha. A companhia não revela o orçamen-

to para atuar no Brasil, mas apresenta como cartão de visitas os € 500 milhões investidos em usinas eólicas na Europa até o ano passado e a meta de investir outros € 1 bilhão em ativos eólicos e produção de energia solar até 2012, de forma a cumprir o objetivo de reduzir as emissões de carbono.

British American Insurance está sob ameaça de quebra no Panamá

A Superintendência de Seguros e Resseguros do Panamá emitiu solicitação de quebra contra a seguradora British American Insurance, alegando má administração de fundos por parte do grupo. Segundo denúncia feita pela autarquia ao Ministério Público do país,

a companhia já acumula prejuízos perto da casa dos US\$ 10 milhões. Entre 2007 e 2009, a seguradora transferiu para Trinidad e Tobago bônus que devia manter em seu caixa como garantia, sem que o órgão regulador fosse devidamente informado. Essa ação pre-

judicou cerca de dez mil clientes nas carteiras de Saúde, Vida e Previdência Privada. Além disso, no ano passado, a Superintendência de Seguros local informou que a British American Insurance tinha níveis de liquidez acima de US\$ 11 milhões.

XIV Conec

Faltando quatro meses para o XIV Congresso dos Corretores de Seguros (Conec), que será realizado entre os dias 7 e 9 de outubro, o Departamento de Eventos do Sincor-SP encerrou o mês de maio com 3.307 corretores de seguros inscritos. O evento deve reunir 5 mil pessoas e as inscrições ainda estão abertas no site do sindicato, no qual também é possível conferir a programação completa de palestrantes e shows.

Inpao Dental amplia crescimento e número de vidas no início de 2010

No primeiro trimestre de 2010, o Inpao Dental (Instituto de Previdência e Assistência Odontológica) apresentou crescimento de 8,06%. A empresa também aumentou o número de vidas em 42.200 devido aos contratos firmados e ao fechamento de parcerias estratégicas realizadas desde o início do ano com empresas como Complexo Petroquímico do

Rio de Janeiro (Comperj), Hospital Ana Costa e Casa da Moeda. “O sucesso da empresa se dá pelo processo de reestruturação dos vários novos canais de distribuição, além da política de relacionamento com as corretoras adotada desde o segundo semestre do ano passado”, afirma Wagner Martins, diretor de desenvolvimento de Negócios.

SEUS SONHOS

Divida cada um deles com
quem é responsável como você.



Sabemos que você escolhe muito bem com quem compartilhar seus sonhos. Nós, da Liberty Seguros, pensamos como você: uma trajetória de sucesso se faz com parceria e responsabilidade e temos muito orgulho de ser a sua opção. Escolha Liberty Seguros.

AUTO | CASA | VIDA |
EMPRESARIAL | TRANSPORTES

Responsável como você.

www.libertyseguros.com.br



Liberty
Seguros

Número de golpes envolvendo seguros diminuiu 23,63%

O número de golpes envolvendo seguros diminuiu 23,63% até abril deste ano, segundo dados divulgados pela Superintendência de Seguros Privados (Susep). Comparando os primeiros quatro meses deste ano e o mesmo período do ano passado, o número deste tipo de denúncia passou de 601 para 459. De acordo com a Susep, os golpes mais comuns são referentes aos seguros de Vida e Previdência, sendo que, em geral, o estelionatário faz contato por telefone, carta ou telegrama, dizendo que a pessoa tem o direito a receber uma indenização, desde que faça um depósito em alguma conta-corrente.

MetLife lança novo portal de planos odontológicos

Mais ágil, seguro e fácil de navegar, o novo portal corporativo para a área de planos odontológicos da MetLife foi lançado em 1º de junho. “Como nossa estratégia é alcançar um forte crescimento na carteira de planos odontológicos, reformulamos o portal para garantir melhor acessibilidade e mais facilidade aos nossos clientes corporativos”, conta Fátima Primati, diretora de Operações da MetLife. O portal começou a operar no novo formato em junho, para as empresas clientes, cujos colaboradores são associados à MetLife Planos Odontológicos. Em breve, o novo portal estará disponível também para os dentistas credenciados à rede, que terão facilidades como consultas de dados cadastrais, tratamentos, demonstrativos e extratos.



A cada duas horas um novo corretor é registrado no Brasil

Com base em dados da Federação Nacional dos Corretores de Seguros (Fenacor), entre 1º de janeiro e 31 de maio foram concedidos 2.047 registros a corretores ou empresas corretoras de seguros em todo o país. Isso representa uma média diária de 13,6 concessões, incluindo finais de semana e feriados.

Ou seja, nos últimos cinco meses, a cada duas horas, o mercado ganhou um novo profissional ou empresa. A maior parte dos registros foi feita em São Paulo, totalizando 807 registros, ou 39,4% do volume registrado. Das 492 empresas corretoras registradas, 453 (92%) atuará apenas no ramo Vida.

Seguro para estádio

A Allianz fechou o seguro garantia de execução das obras do estádio Kleber Andrade, em Vitória (ES), que será usado na Copa das Confederações e deverá estar pronto em 2013. O valor do risco contratado foi de R\$ 100 milhões e o acordo foi

fechado com a construtora Blokos Engenharia e a Correcta Corretora. Após a reforma, o estádio, que servirá como alternativa caso alguma outra arena não fique pronta até a Copa de 2014, terá capacidade para até 40 mil lugares.



Reprodução da maquete eletrônica do novo estádio Kleber Andrade, no Espírito Santo

QUER SE DESTACAR
EM UM MERCADO
CHEIO DE OPORTUNIDADES?
**VESTIBULAR PARA
GRADUAÇÃO EM
ADMINISTRAÇÃO**
COM ÊNFASE EM SEGUROS E PREVIDÊNCIA.

Venha para a Escola Nacional de Seguros. Você aprende com professores qualificados em uma instituição que há 39 anos forma os melhores profissionais. Garanta sua vaga aqui. Porque a do mercado, já está praticamente garantida.

Prova: 18/07/10



08000 25 3322 | www.funenseg.org.br

Rua Senador Dantas, 74 - 2º andar - Centro | SP - Av. Paulista, 2.421 - 1º andar - Consolação

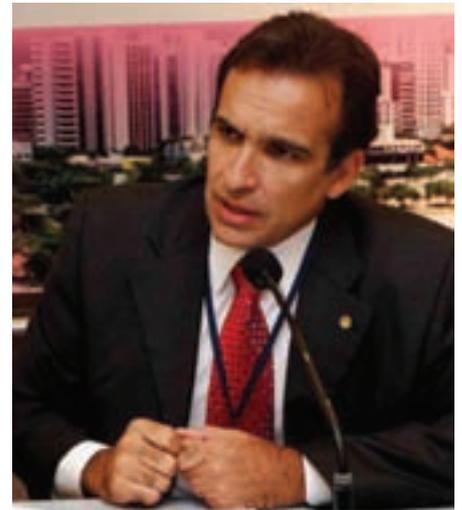


Câmara aprova seguro obrigatório para empregados do setor elétrico

A Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania da Câmara dos Deputados aprovou, em 8 de junho, projeto de lei que obriga as empresas do setor elétrico a contratar seguro contra acidentes pessoais para seus funcionários. Os custos do seguro deverão ser arcados pelo empregador. O Projeto de Lei nº 4.286/2004, do deputado Celso Russomano (PP-SP), tramita em caráter conclusivo e poderá ser enviada diretamente ao Senado, a menos que que haja recurso apresentado por um deputado para análise do Plenário. O PL altera a lei nº 7.369/1985, que instituiu o adicional de periculosidade (30% sobre o salário) para os empregados de empresas do setor elétrico, como distribuidoras e geradoras de eletricidade, e as empresas que prestam serviço para elas. A aprovação foi solicitada pelo relator, deputado Eduardo Cunha (PMDB-RJ), que apresentou uma emenda apenas para adequar o texto às normas de redação legal.

CCJ deve votar pela inconstitucionalidade do microsseguros

A tão aguardada regulamentação do microsseguro, que contém medidas de incentivo fiscal para o contribuinte e tributário para as seguradoras que vierem a operar no segmento, sofreu sério revés na Comissão de Constituição e Justiça (CCJ) da Câmara Federal: o relator Hugo Leal (PSC-RJ) concluiu o relatório pela inconstitucionalidade da matéria (Projeto de Lei nº 3.266/2008). O parecer ainda não foi à votação. Se a interpretação do deputado não mudar ou se o parecer não for derrubado na comissão, a Superintendência de Seguros Privados (Susep) terá que partir novamente do zero para implantar o marco regulatório do microsseguro no País. Ao comentar o assunto, o novo titular do órgão, Paulo dos Santos, assinala que “o Congresso é soberano e não cabe à direção da Susep opinar sobre a tramitação de matérias”. O PL foi formulado pelo deputado Adilson Soares (PR-RJ), proposição que ganhou um substitutivo do relator Aelton Freitas (PR-MG) na Comissão de Finanças e Tributação (CFT), na qual foi aprovado por unanimidade, em outubro de 2009. O questionamen-



Hugo Leal

to levantado por Leal, ao decidir pela inconstitucionalidade, foi sobre o tipo de norma legal que matéria de seguros deve ser tratada. Pelo artigo 192 da Constituição, segundo relata o deputado em seu parecer, matérias de seguros devem ser objeto de lei complementar. “O PL não exhibe, portanto, esse requisito de forma inafastável, que é a modalidade de norma jurídica exigida na matéria, a lei complementar.

Pesquisa aponta perfil de consumidores de seguros

A Accenture realizou recentemente uma pesquisa com cerca de 3,5 mil consumidores em cinco países, incluindo o Brasil, para verificar os principais canais utilizados para contratar seguros. Um dos principais meios apontados é a internet, porém, no Brasil, este canal ainda é pouco utilizado, já que as instituições bancárias e os corretores ainda são os preferidos pelos consumidores. Enquanto no Reino Unido, o ato de comprar ou renovar seguros por meio dos bancos só é feito por 14% dos clientes, no Brasil o número sobe para 54%. A mesma operação on-line no Brasil é realizada por

19%, ante 70% no Reino Unido. Os resultados da pesquisa revelam que a compra de seguros feita em bancos ainda é a opção mais utilizada no Brasil, onde mais da metade dos pesquisados (54%) disseram que comprarão ou renovarão sua apólice de seguro por meio de um banco nos próximos 12 meses. A pesquisa também possibilitou verificar que os consumidores preferem comprar seguros de propriedade e contra acidentes em canais on-line e de corretores (40%), enquanto os bancos estão como canal preferido para a compra de seguros de vida (32%).

CORRETOR, O PROGRAMA INTEGRAÇÃO ESTÁ COM NOVIDADES PARA VOCÊ.



PEANUTS ©UNITED FEATURE SYNDICATE, INC. - METROPOLITAN LIFE SEGUROS E PREVIDÊNCIA PRIVADA S.A. - CNPJ: 02.102.498/0001-29 PROCESSO SUSEP Nº 15.414.006-560/98-87 (Vig), Nº 15.414.006-581/98-40 (AD), PROGRAMA EXCLUSIVO PARA CORRETORES CADASTRADOS. 0300INTE. 04/2010. 04/2012.

FOTOS ILUSTRATIVAS

BORGHERI/LOWE

- Seus pontos agora valem mais para o resgate da premiação.
- Agora há a opção de converter o resgate da sua premiação em dinheiro.
- Além da premiação para você, seu funcionário pode ser premiado.

Acesse o site www.metlife.com.br e confira!

MetLife®

Ativa e Icatu Hartford firmam parceria em Previdência

A Ativa Corretora de Títulos, Câmbio e Valores fechou parceria com a Icatu Hartford para comercializar os planos de Previdência voltados ao público de alta renda. “Com a Icatu Hartford, oferecemos mais serviços aos nossos clien-

tes, ampliando sua possibilidade de diversificação”, diz Silvia Werther, diretora comercial da corretora. A Icatu Hartford, por sua vez, conquistou mais um canal para a distribuição de seus produtos focados nos investidores de alta renda. Os planos

Icatu Hartford Alta Renda, que serão distribuídos pela Ativa, atendem diferentes perfis. Os clientes da corretora poderão contratar os planos com aporte inicial mínimo de R\$ 10 mil ou com contribuições mensais a partir de R\$ 500.

Zurich amplia rede de atendimento no ABC

A Zurich Brasil Seguros está de olho no mercado do ABC Paulista. A empresa inaugurou em março um centro de atendimento para corretores em Santo André (SP). O objetivo é expandir sua produção na área de seguros massificados, especialmente Automóvel, Patrimonial e Vida. Os centros, denominados ZACs (Zurich Atendimento ao Corretor), são gerenciados por parceiros comerciais que trabalham de maneira exclusiva para a Zurich e representam uma nova estrutura de relacionamento com corretores, que se soma à rede de filiais já existente. “O mercado do Grande ABC é um dos mais importantes do Brasil. Queremos reforçar ainda mais nossa presença na região, especialmente no segmento de seguros massificados, cujo potencial com a ascensão econômica da classe C é muito grande”, afirma Fernando Grossi, diretor de Distribuição para Corretores.

Líder em Garantia Estendida



A Liberty Seguros tornou-se a número um no mercado brasileiro de Garantia Estendida para automóveis no primeiro trimestre deste ano. A companhia emitiu 6.143 novas apólices do gênero entre janeiro a março, indicando crescimento de 123,4% em relação ao mesmo período de 2009. Segundo Luis Maurette, presidente da Liberty no Brasil, a seguradora tem operações de garantia estendida em cerca de 1.100 concessionárias em todo o país. “Nossa intenção é ampliar ainda mais a rede e continuar o processo de fortalecimento da relação com os parceiros e esclarecimento dos consumidores”, afirma. Para ele, as vendas crescem tanto em veículos zero como em usados. No ano passado, movimentou R\$ 24 milhões em prêmios, um crescimento de 60% em relação a 2008, segundo dados da Superintendência de Seguros Privados (Susep). “Hoje temos mais de um milhão de veículos segurados pela Liberty em todo o país e estamos trabalhando para ampliar a participação do produto em nossa carteira”, finaliza Maurette.

lecimento da relação com os parceiros e esclarecimento dos consumidores”, afirma. Para ele, as vendas crescem tanto em veículos zero como em usados. No ano passado, movimentou R\$ 24 milhões em prêmios, um crescimento de 60% em relação a 2008, segundo dados da Superintendência de Seguros Privados (Susep). “Hoje temos mais de um milhão de veículos segurados pela Liberty em todo o país e estamos trabalhando para ampliar a participação do produto em nossa carteira”, finaliza Maurette.

Mongeral Aegon é homenageada em São Paulo

Em 14 de Junho, a Mongeral Aegon foi homenageada pela Assembleia Legislativa de São Paulo por seus 175 anos, a pedido do presidente do órgão, deputado Barros Munhoz. Na ocasião, o presidente Helder Molina apresentou o livro comemorativo da companhia, que conta sua história e o desenvolvimento do mercado de seguros e previdência no país. “O livro conta uma história de

sucesso, repleta de desafios e atos de pioneirismo, por meio as pessoas que fizeram tudo acontecer: dirigentes, funcionários, parceiros, corretores e segurados”, afirma Molina. Com tiragem de 10 mil exemplares, a publicação estará disponível nas principais bibliotecas públicas brasileiras. Também participaram do evento os diretores Nilton Molina, Fernando Mota e Waldemir Caputo.



Helder Molina, presidente da Mongeral Aegon

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

Tokio Marine contrata novo diretor de Afinidades

Luciano Carpigiani Bezas assumiu no início de junho o cargo de diretor de Afinidades da seguradora Tokio Marine. Graduado em Comunicação Social com habilitação em Marketing pela Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM) e MBA pela Business School São Paulo, o executivo possui 16 anos de experiência, passando por grandes empresas como Credicard, Citibank e ACE Seguradora, nas quais atuou nas áreas de marketing, produtos e seguros (segmento Affinity). Na Tokio Marine, o executivo ingressa à equipe para fortalecer as áreas de Canais Alternativos e



Luciano Carpigiani Bezas

Bancos, que agora compõem o mesmo departamento, com a proposta de identificar e promover novas parcerias no setor de varejo e financeiro.

Diretoria da CNSeg divulga novo organograma da entidade

A Diretoria da CNSeg aprovou, em 27 de maio, a nova estrutura da Confederação, com definição dos titulares da Central de Serviços, das

Assessorias e Superintendências, que se reportarão diretamente ao presidente Jorge Hilário Gouvêa Vieira. São eles:

Superintendente Geral da Central de Serviços
Superintendente da Central de Serviços
Assessores da Presidência
Assessora de Assuntos Institucionais e do Consumidor
Assessor de Assuntos Técnicos
Diretor de Relações Governamentais
Superintendente Administrativo e Financeiro
Superintendente Jurídica
Superintendente de Comunicação e Eventos

Julio Avellar
 Renato Pita
 Claudia Wilson, José Américo Peón e José Arnaldo Rossi
 Maria Elena Bidino
 José Ismar Törres
 Antonio Mazurek
 Luis Felipe Santos
 Glória Faria
 Leonardo Laginestra



Daniel Bellini

Berkley reforça unidade de Seguro Garantia

A Berkley International Brasil acaba de reforçar sua unidade de Seguro Garantia. Visando aprimorar os processos internos e reforçar o relacionamento com corretores e resseguradores, a companhia incorporou novos executivos no intuito de atingir as metas de crescimento e resultado projetados para os próximos anos. Fabrício Bonadio, especialista em grandes riscos, é novo gerente Corporate. Bonadio é engenheiro civil com especialização em Gestão de Negócios e

Prudential do Brasil tem novo presidente

O presidente da Prudential do Brasil Seguros de Vida, William Yates, foi promovido a vice-presidente sênior da região latino-americana das operações internacionais de seguro da Prudential Financial Inc.. O atual vice-presidente executivo da seguradora no Brasil, Fabio Lins, foi promovido para o cargo de Presidente e CEO. Yates continuará participando da Prudential do Brasil, agora como presidente do Conselho de Administração, do qual Lins assumirá a vice-presidência.

Ricardo Flores toma posse da presidência da Previ

Ricardo Flores, que exercia o cargo de vice-presidente de Crédito, Controladoria e Risco Global do BB, tomou posse em 1º de junho como presidente da Previ, Caixa de Previdência dos Funcionários do Banco do Brasil, maior fundo de pensão da América Latina, com patrimônio de R\$ 142 bilhões. Flores passa a ocupar o cargo que por oito anos foi de Sergio Rosa. As eleições da Previ foram vencidas pela Chapa 3, que é aliada da diretoria que está saindo. De um total de 97.007 votos, a chapa recebeu 57.458 votos, ou 58,03%.

Finanças Corporativas e experiência em análise e subscrição de riscos e viabilidade de projetos. Outro reforço é Joselice Soares, que anteriormente exercia a coordenação da área e agora assume como gerente de subscrição da unidade. Daniel Bellini é o novo superintendente da unidade. Com essas ações, a Berkley reafirma seu compromisso em seguir entre as melhores companhias de seguros nos segmentos em que atua, com destaque especial para o Garantia.



**Com o nosso time
você sempre terá
oportunidades de
fazer bons negócios.**

NOSSOS PRODUTOS:

- Yasuda Auto;
- Yasuda Transporte;
- Yasuda Empresarial;
- Yasuda Condomínio;
- Yasuda Residencial;
- Yasuda Vida em Grupo;
- Yasuda Acidentes Pessoais.

NOSSOS DIFERENCIAIS:

- SYAS (Sistema Yasuda de Cálculo de Seguros);
- Transmissão Eletrônica de Propostas;
- YasudaNet
(sua extranet de relacionamento com a Yasuda);
- Portal do Segurado;
- Programa de Comissão Adicional;
- Serviços de Alta Qualidade e Ampla Rede de Atendimento;
- Contact Center Próprio (08000 13 15 16);
- Atendimento de Sinistro Ágil e Eficiente.

Cada vez mais a Yasuda Seguros está provando que é titular absoluta quando o assunto é oferecer as melhores soluções em seguros a corretores e segurados. Mas para conseguir essa posição, foi preciso buscar novas táticas e muito treino e dedicação para aprimorar constantemente os serviços prestados. E para chegar lá, também contou com a retaguarda da Sompo Japan Insurance Inc., uma das maiores seguradoras do Japão e também do mundo.

Corretor, entre para esse time, vista essa camisa e comemore o crescimento dos seus negócios.



Melhores serviços, mais seguro

Produtos diferenciados e canais alternativos

Há mais de quatro décadas no mercado, Grupo Aclub opera com produtos voltados para a proteção individual e familiar e tem apresentado bons resultados, como crescimento de 203,22% em 2009



Sede da Aclub em Porto Alegre

A Associação dos Profissionais Liberais Universitários do Brasil (Aclub) foi criada em 1964, na Faculdade de Medicina da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, quando estudantes daquela instituição se uniram para socorrer a família de um colega falecido, que não possuía previdência ou outro tipo de cobertura de riscos. Dessa ajuda mútua surgiu a Aclub, uma entidade aberta de Previdência Complementar que, desde sua origem, atua ou atuou nos segmentos bancário, securitário e capitalização, sempre perseverando na missão de oferecer proteção e segurança ao profissional liberal e sua família.

Ao longo dos anos, a Aclub ampliou sua atuação para os demais segmentos da comunidade, desenvolvendo produtos voltados para a proteção individual e familiar, respeitando os valores de seriedade, profissionalismo e permanente identificação das necessidades de seus clientes.

ÁREAS DE ATUAÇÃO

Apesar de atuar na área de Previdência Privada desde sua fundação, a Aclub, ao longo de seus 45 anos de existência, incrementou sua oferta de produtos, especialmente na área de seguros e capitalização, por meio da aquisição e controle de seguradoras e sociedades de capitalização. “Segundo dados da Superintendência de Seguros Privados (Susep), hoje somos líderes em distribuição de prêmios de sorteios no Brasil (1º quadrimestre 2010). Além de atender a grandes *players* do mercado, inclusive da área securitária, o Grupo Aclub desenvolve produtos destinados às classes C e D”, explica o diretor vice-presidente Ricardo A. Felinto de Oliveira.

Sem perder o foco nas atividades comerciais, o Grupo Aplub também sempre se manteve fiel às suas origens, desenvolvendo relevante e pioneiro trabalho nas áreas socioambiental (EcoAplub), educacional (Fundação Aplub de Crédito Educativo) e cultural (Pinacoteca Aplub).

PRODUTOS E SERVIÇOS

No segmento de Previdência, a Aplub trabalha com planos de renda, pecúlios tradicionais e populares. “Em 2008 e 2009, alcançamos a liderança nacional na venda de microsseguros, com mais de um milhão de coberturas/mês”, afirma o executivo.

Em 2010, a empresa inovou ao lançar, em conjunto com grandes operadores do mercado segurador, produtos multirrisco direcionados às concessionárias de automóveis e motocicletas, e ainda cartões de saúde, tudo por meio de uma interface digital simplificada para emissão on-line dos certificados e cartões de benefícios.

Em Capitalização, a Aplub Capitalização S.A. (AplubCap), empresa com melhor desempenho global do setor no ano de 2009, desenvolve e comercializa títulos nas modalidades Tradicional, Incentivo e Popular. “Nesses últimos anos, a par dos negócios tradicionais, a empresa experimentou grande desenvolvimento na área de títulos de capitalização populares”, comenta Ricardo Felinto.

A Fundação de Crédito Educativo (FundAplub), por sua vez, já beneficiou mais de 62 mil estudantes de graduação e pós-graduação em todo o país. “O êxito do programa levou a entidade a colaborar com o Ministério da Educação (MEC) para o lançamento do Programa de Crédito Educativo pelo Governo Federal, sem contar que foi destaque internacional em publicação da Organização das Nações Unidas para Educação, Ciência e Cultura (Unesco), como uma das melhores instituições de incentivo e apoio à educação”, conta.

Já na área securitária, a Aplub, que recentemente adquiriu uma nova segu-

radora, desenvolve parcerias com diversas empresas de seguros nos ramos de danos e pessoas.

NOVOS PRODUTOS

Para este ano, o diretor vice-presidente prevê o lançamento de novos produtos, como os já referidos produtos multirrisco, dirigidos a condutores de veículos (carros e motos), e ainda cartões de benefícios associados a diversas coberturas e sorteios, pecúlios vitalícios de baixo custo associados a títulos de capitalização distribuídos por meio de diversos canais de venda, sempre com acompanhamento dos corretores de seguros. “Também estamos implementando um produto que atenderá ao segmento imobiliário, facilitando a contratação de aluguéis sem a necessidade de fiadores, com rápida contratação através de sistema on-line”.

Sem descuidar dos produtos tradicionais, o Grupo Aplub vem despendendo esforços no intuito de difundir seus produtos entre as classes populares que ingressaram no mercado de consumo nos últimos anos. “Aos poucos, o projeto almejado pelo mercado e suas autoridades, de pulverizar produtos securitários e de capitalização de maneira mais homogênea na sociedade brasileira, começa a se tornar realidade pela sua venda, a preços acessíveis, nos locais onde essa parcela da sociedade vive e interage (farmácias, pequenos negócios, entre outros). Os mercados populares emergentes constituem um desafio para nosso setor, dada a falta de experiência comercial específica para essa realidade”, comenta Ricardo Felinto.

Nessa situação, constrói-se a expertise a partir da observação do fenômeno social que, mesmo com suas carências, sempre possuiu um sistema comercial próprio e afeito às suas necessidades. “Por isso, as empresas precisam reaprender a vender com essas classes sociais emergentes, já que os métodos tradicionais de comercialização nem sempre garantem os mesmos resultados

habituais quando aplicados neste mercado popular. É chegado o momento de serem escutadas as feiras, camelôs, comércios de subúrbio, venda comunitária”, ressalta.

Felinto cita como exemplo uma empregada doméstica que trabalha em duas ou três residências, deixando e buscando seus filhos na creche ou casa de parentes, dependendo de vários transportes para se locomover. “Ela ficaria alijada do nosso mercado se lhe forem restringidas suas opções de compra de produtos aos canais tradicionais. Para esse público, os produtos devem estar no mercadinho, próximo ao ponto de ônibus, pois apenas assim acabariam fazendo parte dessa nova realidade”, diz. Essas dificuldades se estendem aos meios de pagamento desses produtos, uma vez que o custo de uma carta enviada pelo Correio, associado ao ônus de um borderô bancário, inviabiliza um produto entre R\$ 5 e R\$ 10.

Buscando vencer essas barreiras, estão em fase de teste e/ou implementação novos meios de pagamento e comercialização, envolvendo as novas tecnologias hoje disponíveis (SMS, telefonia celular, entre outras) para permitir o acesso a estes produtos.

FUNDAÇÃO APLUB DE CRÉDITO EDUCATIVO

A FundAplub é uma entidade com autonomia patrimonial, administrativa e financeira, supervisionada pelo Ministério Público, como determina a legislação.

Como citado por Ricardo Felinto, o trabalho realizado pela fundação em prol da cultura e da educação foi destaque em publicação da Unesco, quando foi reconhecida internacionalmente como uma das melhores instituições de incentivo e apoio à educação.

Quem conhece o dia-a-dia de uma instituição de ensino particular sabe que a inadimplência é um dos problemas mais sérios e recorrentes. Muitas vezes, as instituições renegociam dívidas ou assumem prejuízos. “Pensando em minimizar as consequências desse

fator, a Fundação passou a administrar os créditos concedidos pelas universidades, cobrando a taxa administrativa somente após a recuperação do financiamento. Inicialmente, é a instituição de ensino quem define o número de vagas disponíveis e as regras para a concessão do benefício”, esclarece o diretor.

O crédito educativo da Fundação Aplub é uma ação eficiente contra a evasão de alunos nos cursos superiores. Além disso, possibilita que os débitos de inadimplentes e as bolsas-doação e descontos possam ser convertidos em crédito educativo. “Em vez de simplesmente ceder a vaga, a instituição de ensino pode criar um fundo rotativo. E o crédito pode ser oferecido em períodos de abrangência inferior aos de duração completa do curso. Por outro lado, se a instituição permitir, o aluno em dificuldades financeiras poderá ser beneficiado apenas durante um período específico, de um semestre, por exemplo”, explica Felinto.



RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL

Em 25 de setembro de 2009, o Ministério do Meio Ambiente (MMA), em ato representado pelo ministro Carlos Minc, firmou com a Confederação Nacional das Empresas de Seguros Gerais, Previdência Privada e Vida, Saúde Suplementar e Capitalização (CNSeg) e o Sindicato das Empresas de Seguros Privados, de Resseguros, de Previdência Complementar e Capitalização nos Estados do Rio de Janeiro e Espírito do Santo (Sindseg-RJ/ES), um Protocolo de Intenções, por meio do qual ficou convencionada a criação de produtos que destinem parte dos seus recursos para projetos com viés socioambiental.

“Essa sinalização governamental e mercadológica reforçou a convicção do Grupo Aplub de que o desafio da sustentabilidade socioambiental deve permear as suas ações em todos os níveis hierárquicos de modo que ele interaja com os seus produtos. Aliás, quando ainda não se falava em superaquecimento por excesso de emissões antrópicas, o Grupo já antevia um desastre ambiental, tanto que adquiriu um milhão e meio de hectares no coração do Estado do Amazonas, os quais até hoje se encontram intocados. Do ponto de vista social, as ações da Aplub enfeixaram artes e educação”, garante o executivo.

Com o estabelecimento do Protocolo, as medidas socioambientais passaram a interagir com os produtos co-

mercializados pelo Grupo, com parte do resultado dos Planos de Pecúlio e Títulos de Capitalização sendo destinados à aquisição e conservação de glebas em bioma de floresta amazônica; em apoio ao Instituto Baleia Jubarte; ao Projeto Tamar/ICMBio; e a projetos socioeducacionais em escolas públicas (Encantado/RS) e à Barca dos Livros (biblioteca comunitária), além do Teatro de Conscientização.

A Superintendência de Seguros Privados (Susep), na esteira dos vetores abraçados pelo Protocolo, já estabeleceu, para os Títulos de Capitalização, tratamento normativo diferenciado para os casos em que eles são utilizados em programas sociais, educacionais, culturais ou esportivos de interesse do governo federal, como se depreende da Circular nº 365/2008 (parágrafo único do artigo 19).

Além disso, há uma série de pequenas iniciativas que definem a postura ambiental da entidade. Internamente, estabeleceu-se a seleção do lixo e a utilização de materiais reciclados. Em 2010, o Grupo Aplub lançou seu novo cartão de benefícios confeccionado a partir da reciclagem de garrafas PET.

“Há ainda a EcoAplub, nossa associação de preservação ambiental, parceira da Aplub voltada à promoção de projetos sustentáveis e atividades culturais e/ou didáticas, por meio da qual a Aplub apoia, por exemplo, o Instituto Baleia Jubarte e a Barca dos Livros,

Possuímos uma forte estrutura de televendas, por meio de corretores de seguros, que prospecta o mercado apresentando nossas ofertas. Aliás, os corretores são nossos principais parceiros, sendo nosso interesse oferecer-lhes o melhor atendimento e suporte possíveis.

entre outros importantes projetos de cunho social”, destaca o diretor Ricardo Felinto.

Chama atenção, ainda, que os mercados populares são sensíveis aos apelos socioambientais, o que desafia o senso comum de que a falta de recursos financeiros afasta essas camadas sociais dos debates e preocupações da atualidade. “Ao nos depararmos com o projeto como o desenvolvido no Centro Municipal de Educação Encantado, no município de Encantado, interior do Rio Grande do Sul, nos resta firme certeza de que as soluções e boas ideias não se reduzem a conceitos preestabelecidos de classes sociais. Lá, as crianças de uma escola pública percorrem a cidade em busca de óleo usado para fabricar sabão, o qual será posteriormente vendido para gerar recursos para a própria escola. O projeto é um dos atualmente apoiados por nosso Grupo”, completa.

CANAIS DE VENDA

“Atingir escala, sem comprometer a qualidade dos serviços, é uma obsessão para nosso grupo. Por isso, reunimos um time de profissionais que aliam seus conhecimentos para proporcionar aos clientes e parceiros respostas rápidas, qualificadas e confiáveis”, garante o executivo da Aplub. “Gostamos que os clientes sintam-se únicos, vejam seus problemas e objetivos tratados com respeito, que não se transformem em mais um número em um sistema que só sabe reverberar clichês enfadonhos parecidos com serviços de auto-atendimento: disque 1, 2 ou 3”.

Em uma grande promoção comercial, por exemplo, interação inteligentes variadas para construir estratégias de conquista e fidelização de um público. Nesses casos, uma sociedade de capitalização vender pacotes fechados de soluções, em vez de acompanhar e se adaptar às necessidades e características do cliente, pode ser desastroso e improdutivo. Isso vale para as demais searas securitárias.

Para atender essas necessidades mercadológicas, a Aplub desenvolveu

unidades de negócios que concentram várias especialidades, desde jurídica até atuarial, e se dedicam a atender clientes que demandam soluções sob medida, sem burocracia e em tempo real. “Para vender os produtos populares, é preciso, primeiramente, ‘descer do salto’. É pretensioso encaixar as classes emergentes em um ‘avatar’ suburbano imaginado por algum intelectual no conforto do seu ar-condicionado, ou, então, lhes ordenar que aceitem uma versão barateada daquilo que se vende em shopping center. Enquanto essa realidade fugir dos operadores do mercado, o microsseguro e a capitalização popular permanecerão na pauta dos congressos e protocolos, mas serão tão reais quanto Papai Noel. Por isso, neste caso, o equilíbrio orbita entre a feira livre e a experiência provinda do mercado tradicional”, pontua Felinto.

Nesse campo, a companhia desenvolveu canais populares de venda de produtos que já se encontram estabelecidos em pelo menos 20 Estados brasileiros. A partir de bases locais, o Grupo interage com distribuidores e corretores de seguros, que possuem, devidamente treinados, centenas de pequenos comércios, bares, bancas de revistas, padarias, vendedores ambulantes e vendedores autônomos, todos auferindo rendas complementares antes inexistentes. “Essa multidão reúne pessoas simples, às vezes com necessidades especiais, pequenos empresários, donas de casas, trabalhadores, pessoas que começam a assimilar a cultura securitária, tornando esse tipo de produto acessível nas classes menos privilegiadas tal como ocorre em países desenvolvidos”, comenta.

Essas experiências, entretanto, não significam que a empresa tenha perdido o foco na venda tradicional. “Possuímos uma forte estrutura de tele vendas, por meio de corretores de seguros, que prospecta o mercado apresentando nossas ofertas. Aliás, os corretores são nossos principais parceiros, sendo nosso interesse oferecer-lhes o melhor atendimento e suporte possíveis. Buscamos montar uma estrutura cada vez

mais funcional e objetiva, de modo a oferecer aos corretores a possibilidade de comercializar os produtos Aplub de maneira ágil, simples e desburocratizada. Além disso, estamos estabelecendo um novo modelo de negócios através de uma rede terceirizada, que constitui um conjunto denominado Agências Aplub de Negócios”, adianta o diretor.

CARTÃO FIDELIDADE

O Cartão Fidelidade é um produto que fez muito sucesso, porém o mercado constantemente demanda melhorias. “Desta forma, recentemente reformulamos o produto, transformando-o no Cartão de Benefícios, agora comercializado por meio da EcoAplub”, explica Felinto.

Trata-se de um produto de forte apelo, agregando até 25 coberturas, totalmente modular. Ou seja, o cliente pode definir a melhor combinação para sua necessidade. Além disso, também oferece a participação em sorteios mensais de R\$ 30 mil, independente do conjunto de coberturas contratadas. “É um produto de custo baixo e grande vantagem. Temos clientes que são concessionárias de veículos e que vêm obtendo excelentes resultados oferecendo o cartão como brinde, na aquisição de um veículo”, comenta.

CRESCIMENTO E PERSPECTIVAS

No ano passado, o Grupo Aplub apresentou forte crescimento, com destaque para a AplubCap que, apresentando a maior expansão do mercado, cresceu 203,22% nesse período.

Para 2010, o diretor vice-presidente, Ricardo Felinto, afirma que a empresa pretende manter o crescimento em todas as áreas, “com a sequência dos negócios já operados e o incremento do portfólio com novos produtos, de modo a superar o crescimento do ano anterior, o que já se reflete na liderança em pagamentos de prêmios de sorteio pela AplubCap no primeiro quadrimestre de 2010 e um crescimento 165% superior ao mesmo período do ano passado”, conclui.

Robert Bittar volta à presidência da Fenacor

Chapa única, eleita em maio, toma posse em cerimônia reservada na sede da Federação

Em 1º de junho, a nova diretoria da Federação Nacional dos Corretores de Seguros (Fenacor) foi empossada, em reunião formal ocorrida na sede da entidade, no Rio de Janeiro, com a presença dos presidentes dos sindicatos e do titular da Superintendência de Seguros Privados (Susep), Paulo dos Santos.

Em seu discurso, o presidente Armando Vergílio dos Santos Júnior afirmou que a Fenacor está vivenciando um momento de coesão e harmonia. “Estou certo de que esta gestão trabalhará para defender a categoria, desenvolvendo suas funções com eficiência e lealdade, guiando-se pelos princípios éticos que norteiam a classe”.

Pré-candidato a deputado federal pelo Estado de Goiás, Vergílio se licenciou da presidência em 02 de junho, em cumprimento à Legislação Eleitoral.

NOVO PRESIDENTE

“Agradeço a confiança de todos e, principalmente, do amigo Armando Vergílio. Ao longo dos anos, construímos uma confiança incondicional. Sinto-me seguro ao assumir a presidência, porque estou respaldado por todos os sindicatos. É fundamental que tenhamos um bom relacionamento e diálogo não só com os pares da Fenacor, como também com as entidades do setor, como Susep e CNSeg, entre outras”, afirmou Robert Bittar, presidente interino da Federação.

ELEIÇÃO

Realizada em 4 de maio, a votação para o quadriênio 2010-2014 contou com a participação dos 25 delegados representantes dos sindicatos de seguros.

A chapa única foi eleita por unanimidade – 25 votos a favor –, evidenciando a convergência de ideias existente entre os representantes dos mais de 70 mil corretores de seguros do País.



Paula Kossatz

Robert Bittar, novo presidente da Fenacor

Diretoria Efetiva

<i>Presidente</i>	Armando Vergílio dos Santos Júnior
<i>Vice-Presidente</i>	Robert Bittar
<i>Vice-Presidente</i>	Paulo Roberto Sousa Thomaz
<i>Vice-Presidente</i>	Roberto Silva Barbosa
<i>Vice-Presidente</i>	Celso Vicente Marini
<i>Vice-Presidente</i>	Nelson Peixoto Feijó Filho
<i>Diretor Secretário</i>	Joaquim Mendanha de Ataídes
<i>Diretor 2º Secretário</i>	Artur Oscar Nogueira Hoff
<i>Diretor Tesoureiro</i>	Claudio Simão
<i>Diretor 2º Tesoureiro</i>	Antonio Ferreira Mota de Albuquerque

Diretores Adjuntos

(Em ordem alfabética)

<i>Suplente</i>	Antônio Carlos Batista da Rocha
<i>Suplente</i>	Celso Roberto Teixeira
<i>Suplente</i>	Cláudia Gerlane Cândido Diniz
<i>Suplente</i>	Edvan Gomes de Vasconcelos
<i>Suplente</i>	Fábio Lúcio de Souza Costa
<i>Suplente</i>	Gilvandro Guedes de Moura
<i>Suplente</i>	José Rômulo da Silva
<i>Suplente</i>	Lúcio Araújo da Cunha
<i>Suplente</i>	Manoel Coelho Neto
<i>Suplente</i>	Milton Rodrigues

Conselho Fiscal

Efetivos

<i>Conselheiro Fiscal</i>	Amilcar Feres de Carvalho Vianna
<i>Conselheiro Fiscal</i>	Julio Cezar Braga
<i>Conselheiro Fiscal</i>	Otávio Vieira Neto

Suplentes

<i>Conselheiro Fiscal</i>	Roberto Neeser
<i>Conselheiro Fiscal</i>	Pedro Menezes Júnior
<i>Conselheiro Fiscal</i>	Geraldo Pedrosa dos Santos

Delegados representantes junto à Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC)

Efetivos

<i>Delegado</i>	Armando Vergílio dos Santos Júnior
<i>Delegado</i>	Manoel Nésio Sousa

Suplentes

<i>Delegado</i>	Amilcar Feres de Carvalho Vianna
<i>Delegado</i>	Dorival Alves de Sousa

Vices-Presidentes Regionais

<i>Região Centro-Oeste</i>	Dorival Alves de Sousa
<i>Região Nordeste</i>	Carlos Alberto Valle
<i>Região Norte</i>	Geraldo Cavalcante Ramos
<i>Região Sudeste</i>	Leoncio de Arruda
<i>Região Sul</i>	Odair Roders

Diretorias Especiais

<i>Diretor de Patrimônio</i>	José Rômulo da Silva
<i>Diretor de Benefícios</i>	Bertier Cândido de Oliveira
<i>Diretor Jurídico</i>	Celso Roberto Teixeira
<i>Diretora Social</i>	Maria Filomena Magalhães Branquinho
<i>Diretor de Marketing e Comunicação</i>	Jorge Luiz Soares de Medeiros
<i>Diretor Cultural</i>	Lúcio Araújo da Cunha
<i>Diretor Técnico</i>	Carlos George Aguiar Carneiro
<i>Diretor de Eventos</i>	Fábio Lúcio de Souza Costa
<i>Diretor de Relações Institucionais</i>	Amilcar Feres de Carvalho Vianna
<i>Diretor de Capacitação e Desenvolvimento Profissional</i>	João Leopoldo Bracco de Lima

Comitê Político

<i>Coordenador</i>	Roberto Silva Barbosa
<i>Membro</i>	Celso Vicente Marini
<i>Membro</i>	Jair Gonçalves da Cunha
<i>Membro</i>	Dorival Alves de Sousa
<i>Membro</i>	Joaquim Mendanha de Ataídes

Comitê Gestor do Fundo de Desenvolvimento

<i>Membro Titular</i>	Milton Rodrigues
<i>Membro Titular</i>	Sérgio Alfredo Petzhold
<i>Membro Titular</i>	Sêmio Cristiano Silva Dutra
<i>Membro Suplente</i>	Júlio Vieira de Carvalho
<i>Membro Suplente</i>	Juvenal Ribeiro Vilanova
<i>Membro Suplente</i>	Cícero Guaraci Pereira de Sousa

Para o Grupo MBM, cuidado nunca é demais.

O Grupo MBM sabe que cuidar bem da sua vida não é o suficiente. Assim como você, não nos contentamos com o bom, com o ótimo, nem com o excelente. Queremos muito mais. Principalmente quando estamos tratando da sua vida. Para o MBM, não existe nada mais importante do que evoluir constantemente nossos produtos e serviços, oferecendo sempre o melhor em seguro de pessoas e previdência para você e sua família.



Seguro de Pessoas

Evoluindo para cuidar do futuro.

0800 541 2555 | www.mbm.org.br

Um jovem líder

A trajetória de Marcos Couto é uma verdadeira história de sucesso. Ainda menino, aos 13 anos, começou a trabalhar como arquivista no Sindicato das Seguradoras do Estado de São Paulo e, com muita determinação e trabalho, é hoje, com apenas 39 anos, presidente da seguradora ACE Seguros. “Não tenho medo das mudanças que podem ocorrer.

Desde muito cedo, aprendi com minha mãe que o que vale é o que você já fez. Você tem que se sentir bem com o trabalho que você já desenvolveu”, revela Couto. “Eu me considero uma pessoa realizada e feliz!”

A seguir, conheça um pouco mais a respeito desse jovem líder.

QUEM É?

Nome completo: Marcos Aurelio Couto

Como é conhecido no mercado: Marcos Couto

Idade: 39 anos

Estado civil: Casado

Filhos: Tenho um filho de 14 anos.

Pratica algum esporte? Sim, jogo tênis.

Time preferido: Santos

Hobbies: Gosto muito de música, filmes e livros.

Uma virtude: Comprometimento

Um defeito: Perfeccionismo. Sou bastante exigente comigo mesmo e com as pessoas à minha volta.

Realiza algum trabalho voluntário? Apoio integralmente o desenvolvimento de várias ações de responsa-

bilidade social da ACE Seguros, entre elas a Vivenda da Criança. A entidade iniciou suas atividades em 1989 como um abrigo para meninos em situação de risco social na periferia de Parelheiros e, hoje, oferece cursos profissionalizantes e oportunidades para crianças, jovens e adultos. Apoio, também por meio da ACE, o trabalho da Casa Hope, uma instituição que auxilia no atendimento e tratamento de crianças com câncer. Além disso, estamos desenvolvendo diversas campanhas em prol do meio ambiente e da economia.

Tem algum projeto paralelo em andamento? No momento, estou com um livro em andamento, com previsão de lançamento para 2011.

Para você, o que é sorte? Eu acredito em sorte, mas, pra mim, sorte é você estar andando na rua, encontrar um bilhete da loteria, conferir e ver que ele é um bilhete premiado. Todo o restante decorre de muito estudo, trabalho, disciplina e dedicação.

Um ídolo: Irineu Evangelista de Souza, o Barão de Mauá.

Uma situação divertida que já viveu: Procuo fazer com que os momentos em família, sobretudo com meu filho, sejam sempre divertidos, dentro da simplicidade do dia-a-dia.

Uma situação estranha que já viveu: Uma vez, durante uma viagem internacional, acabei sendo hospedado em um hotel que ainda estava em construção. Imagine a situação!

Uma lembrança de infância: Os jogos de futebol nas ruas do bairro onde eu morava.

Uma frase: “Tempo é tudo e tudo é tempo”.



EXECUTIVO

Conte um pouco sobre sua trajetória profissional: Posuo 24 anos de atuação ininterrupta no mercado segurador brasileiro. Iniciei minha carreira em 1984 no Sindicato das Seguradoras do Estado de São Paulo, ingressando posteriormente na Concórdia Cia. de Seguros (atual Mitsui Sumitomo) e, em seguida, fui para a Companhia de Seguros da Bahia.

Em 1995, ingressei no Grupo CIGNA International como gerente de Transportes, área em que atuei com destaque durante 17 anos. Na CIGNA, fui diretor de Transportes e diretor técnico para todas as linhas de subscrição. Pela ACE, em 1999, assumi a vice-presidência para América Latina de Transportes e, em 2005, assumi a vice-presidência da operação da ACE Seguros sendo, no ano seguinte, nomeado presidente e CEO desta operação.

Sou graduado em Administração de Empresas pela Universidade Ibero-Americana, membro do Conselho Consultivo da Associação dos Dirigentes de Vendas e Marketing do Brasil (ADVB), associado ao Instituto Brasileiro de Executivos de Finanças de São Paulo (IBEF), membro do Comitê de CEOs do WTC Business Club e, este ano, fui eleito diretor do Sindicato das Seguradoras, Previdência e Capitalização de São Paulo (Sindseg-SP).

Como presidente e CEO da ACE, quais são suas principais atribuições? Resumidamente, minhas atribuições são: liderança com foco no alinhamento estratégico da empresa, definição de metas para curto e longo prazo; gestão de *top e bottom line*, visando o crescimento, sem prejuízo da rentabilidade; e liderança de pessoas e talentos.

Por ser um presidente ainda jovem, você sente algum tipo de resistência por parte de membros da diretoria ou mesmo de funcionários? Como sempre respeitei as diferenças e as características de todas as pessoas que



trabalham comigo, a recíproca sempre foi verdadeira. Acredito que com respeito mútuo e postura adequada tudo se resolve.

Quais os maiores desafios de dirigir uma empresa do porte da ACE? Gerenciar o tamanho da empresa, liderança de mercado e múltiplos reportes.

Quais os principais objetivos da companhia para os próximos anos? A ACE tem o objetivo de estar posicionada entre as dez maiores seguradoras do Brasil e entre as cinco maiores em cada linha de negócios em que atuamos.

Quais os seus principais objetivos para os próximos anos? Pretendo seguir investindo em meu desenvolvimento pessoal e no bem-estar de minha família.

Você se considera uma pessoa realizada? Pode existir alguém tão realizado quanto eu, mas não mais que eu, tanto no âmbito pessoal quanto no profissional. Sou muito feliz e agradeço a Deus todos os dias por minhas conquistas profissionais, pessoais e por minha amada família, meu filho e minha esposa.

Participação do Brasil nos Seguros de Pessoas é ínfima

Presidente do CVG-RJ traçou comparativo do mercado nacional com o exterior defendendo a importância do angariador para acelerar os negócios

Diante de uma plateia composta por corretores de seguros de pessoas, representantes do Sincor-RS, Sindseg-RS e executivos de operadoras em seguros pessoais, os palestrantes Lúcio Marques, presidente do Clube de Vida em Grupo do Rio de Janeiro (CVG-RJ); Sérgio Rangel, presidente do CVG-RS; e Osmar Bertacini, presidente do CVG-SP, profissionais com mais de 40 anos de experiência no mercado de seguros, pontuaram indicadores e expuseram a razão da fuga desses profissionais que sempre tiveram um papel relevante para oxigenar as apólices de seguros de corretoras de seguros pelo Brasil afora e discutiram por que o brasileiro não compra seguros de pessoas.

Lúcio Marques fez um comparativo com outros mercados de seguros de pessoas como Japão e Estados Unidos

e constatou que a participação do Brasil ainda é ínfima. “Temos uma população de mais de 190 milhões de pessoas, dentre as quais pelo menos 100 milhões são economicamente ativas e em condições de comprar seguro”.

Por sua vez, Osmar Bertacini ratificou a importância de regulamentação do angariador/agenciador, o que eliminaria os entraves que fizeram o profissional desaparecer.

Os palestrantes foram unânimes em afirmar que somente 20% da população compram seguros de pessoas e que há público à espera dos profissionais da angariação. Lúcio Marques e Osmar Bertacini também foram categóricos em esclarecer as diferenças entre “agenciador ou angariador” com a figura do “agente”, que está sendo proposta por meio do Projeto de Lei nº 3.555/2004.



Rosane Bekierman

Lúcio Marques, presidente do CVG-RJ

Coface tem novo presidente

Gestão trará mais autonomia para operação no país

Em 10 de junho, a Coface do Brasil, empresa líder do segmento de seguro de crédito no país, realizou a cerimônia de posse do novo presidente da companhia, Joel Paillot.

Na Coface desde a década de 1970, Paillot já comandou a operação de países da Europa e das Américas. Antes de assumir a função no Brasil, o executivo francês era responsável pela divisão de crédito da Coface Alemanha.

Segundo o presidente, o Brasil representa 50% dos negócios da empresa na América Latina e é o país mais estratégico das operações da Coface nesse continente. “Buscaremos fortalecer as áreas de crédito doméstico e à exportação e também desenvolver ainda mais os serviços de informações comerciais e cobrança”, afirmou Paillot durante o evento.

Dentre as novidades da nova gestão, destaca-se a implementação da divisão de *underwriting* para a América Latina no país. “Esta plataforma única de análise de riscos deverá começar a operar no Brasil no primeiro semestre de 2011 e trará mais poder regional de decisão e agilidade para as operações da Coface do Brasil”, disse.

NOVA FERRAMENTA

Também será lançada, até setembro deste ano, uma ferramenta de consulta aos *scores* de clientes dos segurados da Coface, sem acréscimo de custo. “O grande objetivo da nova gestão é estreitar ainda mais o relacionamento com nossos corretores e trazer maior transparência no trato com os clientes”, finalizou Paillot.



Joel Paillot, presidente da Coface Brasil

Soluções planejadas, excelência em gestão de seguros e resultados concretos.

A **TREND CONSULTING** comemorou em novembro seu oitavo ano de projetos bem sucedidos junto aos maiores players do mercado segurador. Em sintonia com o constante crescimento deste segmento, a **Trend**, que tem sua especialidade na produção de tecnologias para atender todas as demandas de seguradoras, reguladoras e demais parceiros de negócio, oferece ao mercado suas ferramentas de gestão, controle e produtividade para vistorias prévias, sinistros, vida, ressarcimento e salvados.



First One

O **FIRST ONE** é um produto completo para gestão de Ramos Elementares constituído atualmente por 5 módulos: Vistoria Prévia, Salvados, Ressarcimento, Orçamentação e Call Center. As funcionalidades básicas abrangem desde a captação do aviso, a realização da vistoria prévia, a orçamentação eletrônica, a gestão do ressarcimento contra terceiros envolvidos, controle completo de remoção, armazenagem, e documentação através de despachantes, e leilão interno ou externo de salvados. Adicionalmente o **FIRST ONE** também contempla toda a gestão de honorários e despesas dos prestadores, criação de questionários personalizados pelo cliente, módulo de análise, gestão de documentos, envio de cobranças através de emails e adaptação do Workflow interno com as necessidades da seguradora. Toda a gestão operacional dos processos em andamento é realizada de maneira automatizada com informações em tempo real através de um DASHBOARD configurável.

Vistoria Prévia - Possibilita às Seguradoras a gestão completa do fluxo de Vistoria Prévia.

- Criação e acompanhamento automático de Recomendações
- Pontuação automática e definida pela própria seguradora
- Distribuição automatizada das vistorias aos inspetores

Salvados - Possibilita às Seguradoras a gestão completa do processo de remoção, armazenagem, regularização de documentos através de despachantes e venda de salvados através de leiloeiros ou vendas diretas.

- Tratativas de Ressalvas e Intervenção no fluxo de remoção
- Venda Direta

Ressarcimento - Possibilita às Seguradoras a gestão completa do processo de cobrança de terceiros envolvidos nos sinistros.

- Acompanhamento de cobranças internas e externas
- Pagamentos das parcelas acordadas
- Emissão de boleto bancário

Orçamento - Possibilita às Seguradoras a Gestão completa do fluxo da orçamentação.

- Criação de perfis de acesso parametrizáveis
- Distribuição automatizada pelo perfil do prestador
- Gestão dos Sinistros em Andamento

Call Center - Disponibiliza mecanismos para uso na Central de Atendimento captar as aberturas de sinistros, reclamações, informar os status dos processos aos clientes, entre outros.

- Integração com Bases Corporativas
- Interface amigável e personalizada
- Atualização instantânea das informações entre a operação e o Call Center

Evento marca a posse da nova gestão do Sincor-SP

Mário Sérgio assume a direção do Sindicato dos Corretores em cerimônia realizada no Anhembi

Em 10 de junho ocorreu a cerimônia de posse do novo presidente da Sincor-SP, Mário Sérgio de Almeida Santos. O evento foi realizado no Grande Auditório do Palácio das Convenções do Anhembi, em São Paulo, e contou com a presença de mais de mil convidados.

Atuante no mercado de seguros há 34 anos, o sucessor de Leoncio de Arruda possui experiência como corretor desde o ano de 1986. Além disso, exerceu a função de dirigente do Sindicato dos Corretores, tendo ocupado a função de diretor regional do Vale do Paraíba por duas gestões, 2º e 1º vice-presidente, 2º tesoureiro e 1º secretário.

Eleito no último pleito, realizado no dia 25 de março de 2010, com 70% dos votos, Mário Sérgio presidirá uma gestão que terá duração de três anos, de 2010 a 2013. A nova diretoria executiva do Sincor-SP é composta por Cássia Maria Del Papa e Leoncio de Arruda (vice-presidentes), Leilane Aparecida Strongren e Carlos Alberto Pelais (1º e 2º secretários), Orlando Filipe de Gouveia e Flávio Bevilacqua Bosisio (1º e 2º tesoueiros).

AUTORIDADES DO MERCADO

Várias autoridades políticas e do mercado estiveram presentes no evento, incluindo lideranças e dirigentes de órgãos reguladores, como o superintendente da Susep, Paulo dos Santos.

Para Santos, a mentalidade da população em relação ao seguro modificou-se ao longo dos anos. “Em um passado recente, vivíamos um processo inflacionário muito grande no Brasil. Hoje, a realidade é diferente, pois as pessoas se preocupam mais com a segurança”, afirma o superintendente.

Ainda de acordo com Santos, o Sincor-SP tem grande importância, já que “desempenha o relevante papel de acompanhar seu consumidor básico, o consumidor de seguros”. E completa: “tanto o mercado quanto a Susep pos-

suem um objetivo em comum, que é o de atender bem seus consumidores”.

DESPEDIDA

Ao transmitir o cargo ao novo presidente, o ex-presidente Leoncio de Arruda se mostrou confiante em relação ao seu sucessor. “É com segurança que posso afirmar: conhecemos muito bem o Sincor-SP e tenho a certeza de que o companheiro e amigo Mário Sérgio está plenamente preparado para a nova missão. Com fé em Deus, sua diretoria, na qual me incluo, e equipe avançarão ainda mais, enfrentando os obstáculos com inteligência e obstinação”. E finalizou: “Uma nova etapa vai começar, mas os princípios e os ideais não serão trocados. O rumo é o mesmo: ter um Sincor ainda mais forte, dinâmico e eficiente, sempre pró-mercado de seguros e, claro, especialmente para nós corretores de seguros”.

DISCURSO DE POSSE

Em discurso, Mário Sérgio falou sobre seu passado como corretor: “Sou um profissional que sempre esteve à frente da minha corretora de seguros. Visito constantemente meus clientes e negocio diretamente com os executivos das seguradoras. Para cuidar dos inte-

resses de meus segurados, mantenho contatos constantes com os funcionários operacionais das companhias e luto no dia-a-dia para conquistar, com ética e perseverança, meu lugar no concorrido mercado de corretagem de seguros”.

O novo presidente também citou alguns dos objetivos de sua gestão. “A liderança que pretendo exercer busca a união dos corretores, visando construir uma boa imagem dos corretores de seguros na mente dos consumidores. Vamos trabalhar todos os dias para cumprir os 43 itens do programa de gestão do triênio 2010-2013”, esclareceu.

Além de enumerar algumas metas de sua gestão, o dirigente também ressaltou a importância do interior do Estado para o mercado de seguros. “O interior paulista vem se desenvolvendo de modo intenso nos últimos anos e já representa a metade de tudo o que é produzido no Estado de São Paulo. É possível que, na história de nosso sindicato, esta data marque a posse do primeiro presidente cujos negócios foram consolidados, a princípio, no interior do Estado. É também por isso que esta nova administração representará absolutamente toda a categoria, sem considerar grupos ou limites geográficos dentro do Estado de São Paulo”, reforçou.



Nova gestão do Sincor-SP é composta por 289 membros

Mapa do Site

PLANETA SEGURO

Integração

MetLife

Mapa do Site

Destaque

São Paulo, quinta-feira, 17 de junho de 2010

Publicidade

Prêmio Mercado de Seguros

Adquira o rastreador notebook e seus dados

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

Susep não regulamentará a figura do agente de seguros

Para superintendente, a autarquia não deve interferir nas práticas de contratação das seguradoras

Durante evento realizado pelo Clube Vida em Grupo de São Paulo (CVG-SP), em 10 de junho, na capital paulista, o superintendente da Susep, Paulo dos Santos, afirmou que a Superintendência de Seguros Privados não deverá mais aprovar uma regulamentação específica para os agenciadores ou agentes. “Entendemos que não cabe à Susep interferir nas práticas adotadas por parte das seguradoras na contratação de empregados ou colaboradores. Se agisse assim, a autarquia estaria indo de encontro à autorregulamentação, que é tão defendida pelo próprio mercado”, disse.

Segundo Santos, no momento há apenas a expectativa da aprovação de novas regras para a atuação dos prepostos, que trabalham com os corretores na comercialização de seguros. Neste caso, ele explicou que cabe a interven-

ção do órgão regulador, pois corretores e seus prepostos existem para buscar um melhor atendimento ao segurado.

O superintendente da Susep comentou ainda a tramitação, no Congresso, de um projeto de lei que pretende consolidar toda a legislação referente ao mercado de seguros. “O Projeto de Lei nº 3.555 precisa de muitas melhorias. Acredito que deveria haver regras gerais e não específicas, sob o risco de engessarmos o mercado ou seu desenvolvimento”, alertou, acrescentando que não vê como uma boa alternativa oferecer um tratamento uniforme para produtos muito diferentes entre si, como propõe o projeto.

Paulo dos Santos destacou ainda o potencial do ramo de pessoas que “é o melhor possível”. Ele lembrou que novos consumidores estão chegando ao mercado com o aumento da renda



CVG-SP homenageia Paulo dos Santos

das camadas mais pobres da população. “Esses brasileiros estão, agora, realizando antigos sonhos e adquirindo bens que, até então, estavam fora do seu alcance. E esses bens precisam ser garantidos pelo seguro. Mas, muito mais que garantir tais bens, é preciso assegurar a sobrevivência das famílias mais pobres, em caso de morte do seu principal mantenedor”, ressaltou.

Considerações sobre regulação de sinistro

Palestra aborda o papel do vistoriador e a importância da regulação

“Regulação de sinistro é um processo administrativo pelo qual a seguradora verifica as causas e as consequências de um evento, em face de um pedido de indenização de um cliente”, explicou José Roberto Macéa, presidente da Jopema e diretor de Sinistros Massificados da Associação Paulista de Técnicos de Seguros (APTS), durante Palestra do Meio-Dia realizada em 9 de junho na sede da APTS.

Segundo Macéa, o processo de regulação é composto por documentos e dados obtidos junto ao segurado e/ou terceiro eventualmente envolvido. “É por meio da regulação de um sinistro que a seguradora apura o valor do prejuízo, quando existente, para servir de base à possível indenização, de acordo com as condições contratuais estabelecidas para o seguro em questão”, afirmou.

O PAPEL DO VISTORIADOR

Um regulador de sinistro é um profissional tecnicamente habilitado, encarregado da realização de vistorias em bens sinistrados e do levantamento de prejuízos havidos em decorrência de um sinistro, apontando a causa e extensão dos danos. Para José Roberto Macéa, mais que conhecimento técnico sobre seguros, o regulador deve estar capacitado para identificar e apurar danos nos bens que vistoriar (veículos, imóveis, equipamentos, entre outros). “A regulação de sinistros serve diretamente à seguradora, que tem a incumbência de procedê-la. Contudo, o regulador deve, sempre que possível, auxiliar e orientar o cliente da seguradora”.

REGULAÇÃO

“Em um passado não muito distante, quase todo o processo era manual, feito

por papel, desde a solicitação da vistoria, sua realização, até a devolução dos laudos e fotos para dar prosseguimento ao processo de análise e liquidação”, disse José Roberto Macéa.

Hoje em dia, o processo de regulação é realizado de maneira muito mais prática. Por exemplo: o agendamento das vistorias pode ser realizado por meio de *call center* ou sites; a transferência do pedido para o vistoriador é feita por canal eletrônico; e a devolução dos laudos e fotos é realizada por canal eletrônico. Todas essas ações conferem maior agilidade ao processo e reduz consideravelmente o uso de papel.

“Enfim, a tecnologia em regulação de sinistros é uma ótima ferramenta. Porém, o determinante continua sendo o fator humano: um profissional bem treinado e disposto”, finalizou.

A Associação de Assistência
à Criança Deficiente
está completando 60 anos.

São 60 anos mostrando
que as deficiências
podem ser superadas
e que os deficientes físicos
podem levar uma vida
como outra pessoa qualquer.

A AACD já chegou muito longe
e com sua ajuda
pode chegar ainda mais.

AACD 60 anos.

Você faz parte dessa história.

Colabore: Ligue 0800 771 78 78,
acesse aacd.org.br
ou envie torpedo com o texto
AACD para 49125*
e acesse o site de seu celular.



Há 60 anos
transformamos
pequenos movimentos
em grandes revoluções.

* Serviço tarifado: R\$ 0,31 mais tributos/SMS.
O acesso ao site móvel é passível de tarifação por tráfego de dados.
Consulte os valores com sua operadora (Claro, CTBC, Oi, Tim e Vivo).



IBM investe em tecnologia direcionada ao mercado de seguros

No início do ano, a multinacional criou divisão especializada em soluções para o mercado segurador

Atualmente, todas as grandes empresas desejam melhorar sua interação com seus provedores de seguros, seja para gerenciamento de sinistros, riscos ou e-seguros. Com o objetivo de permanecer competitivo e aumentar os resultados sobre os investimentos, é necessário organizar estratégias que permitam otimizar processos, melhorar o relacionamento com seus clientes, automatizar sinistros, minimizar custos e aumentar os lucros.

As soluções IBM e de seus parceiros de negócios estão se focando na automatização dos processos, avançando os canais de relacionamento com os clientes e integrando sistemas heterogêneos para que se torne possível a redução do tempo de chegada ao mercado e a melhora do relacionamento entre corretores e clientes.

Segundo Haroldo Hoffmann, executivo do segmento de Seguradoras da IBM, “a empresa já teve um formato de atender às seguradoras, mais encapsulado, dentro da estrutura de *Financial Services* e por meio da parte de consultoria. Com a evolução dos projetos, a decisão foi criar uma área de atendimento específico para esse mercado, que não sentiu os efeitos da crise e vem crescendo mais rápido que o próprio país”.

Hoffman reforçou que uma das metas da estratégia específica de seguros é replicar os casos de sucesso da IBM nesse segmento, tanto no âmbito mundial como regional, para o restante do mercado.

SOLUÇÕES EM SEGUROS

A partir desse planejamento, uma das iniciativas implantadas pela IBM foi a inauguração, em janeiro de 2010, do Centro de Soluções de Seguros, que opera no mesmo espaço do Centro de Soluções de Finanças, estruturado em

junho de 2007 e inicialmente focado no setor bancário.

Juntamente com a estrutura e a equipe totalmente voltadas ao desenvolvimento de inovações tecnológicas para o setor, e o trabalho em conjunto com a área de consultoria da IBM, o executivo esclarece um ponto como sendo o verdadeiro diferencial do novo ambiente.

Para alcançar as principais demandas dos CFOs (*Chief Financial Officers*, na sigla em inglês) das seguradoras e oferecer soluções que atendam a essas necessidades, um dos pontos de partida da companhia é o CFO Study 2010, estudo feito junto a um universo de 1.900 CFOs, vice-presidentes e diretores de tecnologia de diversos setores.

No tocante ao mercado de seguros, foram identificadas que as principais preocupações dos profissionais estão relacionadas à gestão dos riscos corporativos, redução de custos e otimização de processos, *compliance*, expansão do mercado com foco em novas fontes de crescimento, iniciativas de processamento analítico de negócios e dados corporativos, além da experiência do cliente e atendimento ao canal de distribuição.

Quanto aos desafios da eficiência, a pesquisa mostrou que aproximadamente 50% das empresas do setor produzem métricas manualmente e gastam metade do tempo em atividades transacionais.

Já os desafios diretamente relacionados à geração de valor para os negócios apontam que mais de 50% dessas empresas não possuem uma plataforma comum de planejamento e cerca de 65% delas não estão satisfeitas com sua capacitação de planejamento operacional e de previsão analítica, além de 40% dessas organizações considerarem

que têm séria deficiência em antecipar impactos externos como, por exemplo, as diversas categorias de fraudes que atormentam o setor.

Visando solucionar as demandas percebidas, o Centro de Soluções de Seguros oferece ferramentas como a Fraud and Abuse Management, solução que permite as seguradoras analisar seus riscos e sinistros. A plataforma possui uma biblioteca com mais de sete mil métricas, que otimizam a coleta de informações, o processamento e a geração de relatórios em diversos formatos para os usuários.

PARCERIA COM A SULAMÉRICA

Recentemente, a SulAmérica Seguros firmou parceria com a IBM para a terceirização dos processos operacionais de sua unidade de negócios de pessoas e previdência. O contrato, de cerca de R\$ 400 milhões, terá duração de 12 anos e prevê que a multinacional fique responsável pelas atividades de *back office* da unidade, incluindo os processos de emissão de apólices, manutenção de cadastros, gestão de documentos, regulação de sinistros e pagamento de resgates.

“Por meio desse contrato, a SulAmérica espera realizar uma importante redução de custos já no primeiro ano da terceirização”, afirma Renato Russo, vice-presidente de Vida e Previdência da SulAmérica.

Para Eduardo Bandeira de Mello Jóia, vice-presidente de Negócios Estratégicos da IBM Brasil, “este é um projeto inédito na América Latina. Pela primeira vez, uma seguradora terceiriza atividades relacionadas diretamente ao negócio com essa abrangência”.

Se aborrecer pra quê?

Seguro e previdência são para resolver aborrecimentos e não para ser mais um. Só uma seguradora que tem o compromisso de trazer mais transparência e agilidade pode afirmar isso para você, corretor de seguros, e seus clientes.

Preocupar-se com a saúde, a família, o futuro e o patrimônio é absolutamente normal. O que não é normal é você e seus clientes precisarem de uma seguradora e isso virar um aborrecimento. Esta é a diferença quando você trabalha com a SulAmérica. Você conta com 114 anos de experiência de quem procura fazer tudo de um jeito cada vez mais rápido, claro e fácil. A SulAmérica se preocupa com tudo para você e os segurados não terem que se chatear com nada. E você está convidado a fazer parte desta nova maneira de fazer as coisas. A gente acredita que agilidade e transparência são a combinação perfeita para evitar aborrecimentos.

SulAmérica Seguros e Previdência. Se aborrecer pra quê?

SulAmérica

associada ao **ING** 

Vega Net investe no desenvolvimento de pessoas para atender melhor aos clientes

Empresa aposta na especialização de seus profissionais com vistas a prestar serviços cada vez mais qualificados e vislumbra resultados bastante positivos para 2010

A Vega Net, uma das principais empresas de *Contact Center* do País, foi fundada em 1999 com o objetivo de ser um departamento interno da maior corretora de Seguros de Vida ligada ao Banco Bradesco. Na época, o departamento administrava cerca de cinco mil corretores de seguros e produzia aproximadamente duas mil apólices de Vida por mês.

A evolução da empresa foi tão significativa que, em pouco tempo, passou a traçar novos caminhos para suas atividades, direcionando seu foco de atuação para o mercado de *Business Process Outsourcing* (BPO).

Na entrevista a seguir, o presidente e CEO da Vega Net, Jorge Abel Peres Brazil, comenta a respeito do programa Top Líderes, sobre a unidade de seguros da companhia e, também, sobre as perspectivas para 2010.

Revista Seguro Total: *Qual o posicionamento da empresa no mercado de BPO?*

Jorge Abel Peres Brazil: No negócio de BPO, estamos especializados em

dois grandes nichos: indústria financeira e indústria de seguros. Executamos processos que são complementares dentro de cada uma dessas áreas, desde atividades de *Contact Center* (ativo e receptivo) até atividades de *back office* técnico.

ST: *Recentemente, a Vega Net lançou um Programa de Desenvolvimento de Lideranças, o Top Líderes. O que é esse programa e a quem se destina?*

JAPB: O programa Top Líderes é o novo programa de desenvolvimento de liderança voltado aos funcionários da empresa. Ele é dirigido a todos os gestores da Vega Net, como supervisores, coordenadores e gerentes. Com esse programa, nosso objetivo é proporcionar o desenvolvimento e o aperfeiçoamento desses executivos, alinhando crescimento profissional ao crescimento dos negócios.

ST: *A companhia possui uma unidade chamada VIS – Vega Insurance Service. Como essa unidade atua?*

JAPB: Tendo em vista a carência e a importância da excelência do atendi-

to no mercado segurador, foi criada, em 2007, uma divisão de negócios voltada ao setor de seguros – bancos, financeiras, *brokers*, corretoras e seguradoras – chamada VIS – Vega Insurance Service. Sua finalidade básica é garantir qualidade e gestão de processos em um mercado dinâmico e altamente competitivo.

ST: *Quais os serviços disponibilizados pela VIS ao mercado de seguros?*

JAPB: A divisão disponibiliza atividades de vendas, renovação, cotação, retenção, inadimplência, *back office* técnico e gestão de processos de sinistros.

ST: *De que maneira o telemarketing pode ser bem empregado nesse mercado?*

JAPB: O mercado de seguros possui características técnicas que exigem de qualquer fornecedor um determinado grau de especialização, de linguagem e de entendimento do negócio. Este é o grande desafio do mercado de telemarketing: como diferenciar-se se o negócio de *Contact Center* é tão comoditizado? Diante desta realidade, o valor que a Vega Net oferece aos seus clientes é exatamente a especialização. Uma comunicação mais humana e um operador que entende efetivamente as necessidades do cliente fazem total diferença.

ST: *Quais as perspectivas da Vega Net para 2010?*

JAPB: Estamos muito otimistas, principalmente após obtermos em 2009 um crescimento de faturamento excepcional de 220% em relação a 2008. Os números do primeiro quadrimestre já nos permitem confirmar que 2010 será o ano da consolidação de nossa estratégia e posicionamento de mercado.



Jorge Abel, presidente e CEO da Vega Net

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



Marcelo Rossi

Diversão garantida

Ao realizar um evento, os organizadores devem ter em mente a preocupação com a segurança do público participante e com o investimento feito

Para as empresas atuantes no nicho de seguro de entretenimento, 2010 começou a todo vapor. Logo no início do ano o Brasil voltou a fazer parte da rota de shows internacionais, com a vinda de grandes nomes da música, como as bandas Metallica, Aerosmith e Guns n' Roses, e a cantora pop Beyoncé.

Embora 2009 tenha sido um ano relativamente 'morno' para esse segmento – que abrange não apenas shows musicais, mas também espetáculos, produções cinematográficas e salas de cinemas, teatros, feiras, exposições, eventos esportivos, entre outros –, de modo geral, a carteira de entretenimento tem apresentado crescimento bastante significativo nos últimos anos. Isso decorre do maior poder aquisitivo da população, do fortalecimento do Real frente ao Dólar e ao Euro, que traz ao país artistas internacionais, e pelos incentivos governamentais na área de cul-

tura. Por outro lado, o Brasil também se tornou foco de atração dos investidores internacionais, o que contribuiu para a movimentação de uma enorme cadeia de eventos corporativos.

COBERTURAS

Atentos às necessidades que permeiam essas produções, muitos organizadores e empresas produtoras têm recorrido ao seguro como meio de se proteger e resguardar os investimentos feitos.

A realização de um evento, independente de seu porte, geralmente envolve algumas coberturas de seguros, que podem ser divididas em dois grupos: riscos empresariais e riscos referentes aos espectadores.

No que diz respeito aos riscos empresariais, a cobertura mais tradicional é a de cancelamento por interrupção ou adiamento, também conhecida como

no-show. “Essa modalidade de seguro analisa questões como quem é o artista, quando ele chegará à cidade, prazo para montagem da estrutura necessária para a realização do evento, documentação para funcionamento, entre outros itens. É esse seguro que garante ao organizador o reembolso das despesas que ele terá caso o espetáculo não ocorra”, afirma Mauro Leite, especialista em Seguros de Responsabilidade Civil da Marsh.

Leite explica que essa cobertura se aplica apenas para casos em que a realização do show realmente é impossibilitada, como, por exemplo, na ocorrência de um problema de saúde que impeça o comparecimento do artista, como aconteceu recentemente com o vocalista Bono, da banda irlandesa U2, que precisou ser submetido a uma cirurgia de emergência e teve de cancelar alguns concertos na Europa, ou na queda de um palco, como ocorreu

um dia antes da apresentação do Guns n' Roses no Rio de Janeiro, em março passado. “Já casos como desistência do artista ou abandono do show durante a apresentação não são cobertos por esse seguro, uma vez que esse tipo de atitude configura quebra de contrato, pois havia perfeita condição para realização do espetáculo e, por decisão do artista, o mesmo não ocorreu”, complementa.

Para os riscos relacionados ao público, os promotores contam com o seguro de Responsabilidade Civil (RC), que cobre danos a terceiros, como a queda de uma pessoa, tumulto, roubo ou furto de item pertencente a alguém que esteja no local da realização do evento, mau tratamento e Acidentes Pessoais (AP). “O seguro de RC tem por finalidade indenizar o segurado, que no caso é o organizador do evento, das despesas que ele venha a ter com o pagamento de indenizações determinadas pela Justiça, em ações onde não caibam mais recursos às instâncias superiores”, explica Juliana dos Santos, responsável pela carteira de Entretenimento da Chubb Seguros. “Essa cobertura também pode ser válida para os artistas contratados”.

Vale destacar que, para ser ressarcido de algum dano ou prejuízo causado durante um evento, a vítima deve recorrer à Justiça. Enquanto os seguros de AP são automáticos, os de RC necessitam de uma reclamação por parte da pessoa diretamente afetada.

SEGURO OBRIGATÓRIO

O Projeto de Lei nº 254/07, de autoria do falecido deputado federal Clodovil Hernandes, que prevê o seguro obrigatório para eventos esportivos, recreativos, artísticos e culturais, tem por finalidade evitar danos ao público.

Pela proposta, em todos os eventos que sejam cobrados ingressos, os organizadores devem realizar a contratação do seguro obrigatório de Responsabilidade Civil, independentemente de serem empresas ou pessoas físicas. “Apesar da obrigatoriedade, a lei não caminhou muito. Desconheço alguma novidade

Tipos de coberturas

*Conheça algumas das principais coberturas disponibilizadas no mercado brasileiro**

Coberturas básicas

- Responsabilidade civil (RC) do expositor
- RC do organizador

Coberturas acessórias

- Instalação, montagem e desmontagem
- RC de danos morais
- RC de guarda de veículos de terceiros
- RC no fornecimento de bebidas e comestíveis
- RC para pessoas designadas

Riscos diversos

- Danos ao conteúdo do local de risco
- Equipamentos eletroeletrônicos musicais e cinematográficos
- Equipamentos em exposição
- Não-comparecimento do artista ou pessoa designada
- Não-utilização do local

* Algumas dessas coberturas podem estar disponíveis em apenas uma seguradora.

sobre isso. Mas, independente dessa legislação, felizmente hoje já existe uma conscientização maior por parte dos promotores sobre a importância desse seguro, pelo comprometimento da imagem e do patrimônio que ele pode sofrer em caso de acidente. Acredito que essa contratação deva ser movida mais pelo comportamento do mercado, pela sua conscientização, profissionalização e responsabilidades quanto às exposições aos riscos do que como uma obrigação legal, que pode ser mais um caminho de fiscalização”, comenta Jeferson Bem,

superintendente de Responsabilidade Civil Geral da ACE Seguradora.

Mauro Leite, da Marsh, complementa: “Embora haja uma maior noção a respeito dessa necessidade, muitas pessoas ainda desconhecem essa exigência legal. A maioria das pessoas que frequenta esses eventos não têm conhecimento da obrigatoriedade desse seguro”.

Além do já mencionado PL, existe outro Projeto de Lei, elaborado pelo deputado federal José Carlos Stangarlini (PSDB-SP), em trâmite na Comissão de Constituição, Justiça e Cidadania da Câ-



A cantora pop Beyoncé apresentou no Brasil em fevereiro passado



David Beckham

Seguros curiosos

Personalidades do mundo do entretenimento - música, cinema, TV e esportes - contratam seguros para cobrir as mais variadas partes de seus corpos.

- O jogador inglês David Beckham segurou suas pernas em US\$ 70 milhões.
- Michael Flatley, bailarino e coreógrafo norte-americano de dança irlandesa, fez um seguro de US\$ 40 milhões para suas pernas.
- Músicos como o pianista Richard Clayderman e o guitarrista Keith Richards, do Rolling Stones, fizeram seguros para suas mãos.
- A cantora Mariah Carey segurou suas pernas em R\$ 1,8 bilhão (US\$ 1 bilhão) e a atriz e cantora Jennifer Lopez receberá R\$ 48 milhões (US\$ 27 milhões) se algo de drástico acontecer com seu famoso bumbum.
- No Brasil, uma das melhores ofertas partiu de Susana Alves, atriz que deu vida à personagem Tiazinha. Numa permuta do prêmio da apólice pelo uso de sua imagem em uma campanha publicitária, Susana segurou bumbum, joelhos e tornozelos por US\$ 2 milhões.
- Em 1953, a voz do cantor Cauby Peixoto foi segurada em três milhões de cruzeiros.
- A cantora country norte-americana Dolly Parton contratou uma apólice de seguros no valor de US\$ 600 mil para seus seios.
- A atriz norte-americana America Ferrera, que interpreta a personagem Betty no seriado Ugly Betty, segurou seus dentes em US\$ 10 milhões.
- Em 2009, as pernas do português Cristiano Ronaldo foram seguradas a R\$ 260 milhões (US\$ 144 milhões).
- Rod Stewart e Bruce Springsteen seguraram suas vozes em R\$ 10,8 milhões (US\$ 6 milhões).
- Gene Simmons, da banda de rock Kiss, contratou um seguro de R\$ 1,8 milhão (US\$ 1 milhão) para sua língua.

mara dos Deputados, aguardando parecer para seguir para apreciação do Plenário. O projeto institui em todo o território nacional a obrigatoriedade de cobertura de seguro de acidentes pessoais coletivos em eventos de diversos tipos com renda resultante de cobrança de ingressos.

De acordo com a proposta, todas as pessoas jurídicas ou físicas que promovam eventos mediante cobrança de ingresso ficam obrigadas a contratar seguro de acidentes pessoais coletivos em benefício dos espectadores, contra acidentes que neles eventualmente possam ocorrer, com as seguintes garantias mínimas: morte acidental; invalidez permanente, total ou parcial, por acidente; assistência médica, despesas complementares e diárias hospitalares.

O PL lista os eventos onde o seguro deverá ser obrigatório: exibições cinematográficas, espetáculos teatrais, circenses e de dança; parques de diversão, inclusive temáticos; rodeios e festas de peão de boiadeiro; torneios desportivos e similares; e feiras, salões e exposições.

Segundo Stangarlini, os valores dos capitais segurados deverão ser os mesmos praticados no seguro Dpvat. “A menção ao Dpvat tem a finalidade exclusiva de estabelecer os valores dos capitais segurados correspondentes e de seus reajustes, quando ocorrerem”.

PROFISSIONALIZAÇÃO

Segundo os profissionais entrevistados, hoje em dia há uma grande profissionalização do Brasil, que entrou efetivamente no circuito dos eventos internacionais. “Isso demanda uma necessidade de organização de alto nível e, hoje, o mercado conta com empresas multinacionais e brasileiras especializadas em eventos de diversos tipos, com *experts* em relação a tudo o que move um evento – público, legislação, obrigações civis, entorno, entre outros aspectos”, garante Leite.

As casas de espetáculo também têm se profissionalizado e ganham espaços cada vez maiores para grandes eventos, trazendo espetáculos de grande porte,

oferecendo aos artistas e públicos mais conforto e segurança em suas dependências. “Shows em ginásios, que eram bastante comuns até alguns anos atrás, hoje são raros”, comenta o especialista da Marsh.

CINEMA

“Essa modalidade de seguro oferece cobertura contra imprevistos na produção de curtas e longas-metragens, comerciais, documentários e vídeos-clipe. A tranquilidade proporcionada aos produtores ajuda garantir o direcionamento de sua atenção para os elementos que realmente podem fazer do projeto um grande sucesso”, afirma Juliana dos Santos.

Segundo a responsável pela carteira de Entretenimento da Chubb, as coberturas mais solicitadas em relação às produções cinematográficas são:

Elenco: cobertura para despesas extras de produção geradas em virtude de morte, lesão corporal ou enfermidade da pessoa-chave da produção ou de membros de sua família;

Negativo: cobre despesas de produção, incluindo as de refilmagem, relacionadas a perdas e danos do suporte no qual as imagens ou sons são registrados. Inclui ainda cobertura para os defeitos de negativo.

Equipamentos alugados, cenários, figurinos, objetos de cena e despesas extras: oferece indenização para perdas e danos relacionados aos equipamentos locados pelo produtor, aos cenários, aos figurinos e aos objetos utilizados em cena. Segura ainda as despesas adicionais geradas por essas perdas e danos.

Propriedade de terceiros e RC: segura os custos referentes aos danos causados às propriedades de terceiros sob os cuidados do segurado, além dos referentes a lesões corporais e danos materiais registrados por terceiros durante a produção.

ESPORTES

Em eventos esportivos, como campeonatos regionais, Copa do Mundo



Bobby Jarzombek

Parte da estrutura metálica do palco do show do Guns n' Roses desabou após fortes rajadas de vento, no Rio de Janeiro, em março de 2010

Sinistros

Confira alguns imprevistos ocorridos em grandes eventos

- A queda do teto do palco de um show da cantora Madonna em Marselha, na França, resultou no cancelamento do evento, matou duas pessoas e deixou outras oito pessoas feridas, em julho de 2009.
- Devido a fortes rajadas de vento, parte da estrutura metálica do palco da banda Guns n' Roses desabou, no Rio Janeiro. Duas pessoas ficaram feridas e o show foi adiado.
- Lee Ranaldo, guitarrista da banda Sonic Youth, fratura o pulso e cancela turnê, em agosto de 2009.
- Em maio de 2010, o cantor Bono, do U2, sofreu uma contusão na coluna e precisou ser operado em caráter de emergência. Por conta do incidente, a turnê da banda foi cancelada. Estima-se que o prejuízo chegue a R\$ 264 milhões.

e Olimpíadas, a contratação torna-se mais comum e um pouco mais ampla que em eventos musicais, por exemplo. “Além das coberturas específicas para o evento, também são procurados seguros que protejam os atletas, mesmo que estes não estejam praticando nenhuma atividade profissional no momento de um eventual incidente. Pelo simples fato de estarem no local do evento, eles já estão segurados”, comenta Mauro Leite.

A Copa do Mundo da África do Sul, que teve início em 11 de junho, é um bom exemplo. Esse evento superou as expectativas e movimentou um volume de seguros de US\$ 9 bilhões, segundo estimativa do Lloyd's of London. De acordo com essas estimativas, os jogadores mais famosos,

no auge da carreira, contam com seguro individual contra danos físicos da ordem de US\$ 73 milhões. Esses seguros são válidos durante 24 horas por dia durante o período de duração da competição, cobrindo invalidez permanente e morte acidental. Há ainda o seguro de imagem do jogador, contratado para eventuais danos que possam ser causados a sua reputação. Essa apólice gira em torno de US\$ 14,5 milhões e, em muitos casos, a cobertura inclui, além de imagem, proteção de alguma parte específica do corpo, como pés e pernas.

O crescente envolvimento de corporações e da mídia nesta edição do Mundial fez com que houvesse uma disputa bastante acirrada no mercado de seguros para cobrir o evento. É impossível



Thais Gobbi

A banda de rock Guns n' Roses durante apresentação em São Paulo

Temos uma tendência crescente de conscientização do organizador e dos empresários do setor de eventos brasileiro em relação ao seu público. Assim, devemos oferecer cada vez mais o seguro de entretenimento, com apólices mais completas. O mercado de seguros também deve oferecer profissionais que entendam desse segmento, o que é muito importante para a identificação dos riscos e necessidades

dizer quantas pessoas estão envolvidas nessa Copa, pois existem competidores, patrocinadores e imprensa. Mas uma coisa é certa: todas essas companhias e profissionais com implicações financeiras precisam de seguro, pois em eventos de grande porte e destaque sempre estão sujeitos a um cancelamento, adiamento ou atraso.

A principal apólice, de US\$ 4,34 bilhões, é a de *Property*, e garante danos a bens. Nela estão incluídos os dez estádios e as vilas onde ficam os jogadores das seleções. A apólice de *no-show*, que conta com a participação IRB-Brasil Re, também está avaliada em US\$ 4,3 bilhões e cobre o cancelamento ou adiamento de jogos pelos mais diversos fatores, como problemas administrativos ou mau tempo.

Em termos de sustentabilidade, a principal apólice é a de Responsabilidade Civil, que cobre danos causados a terceiros durante a realização do mundial, seja por desabamento de arquibancadas, seja no transporte de equipamentos que envolvem o evento.

CASAMENTOS

A área de seguro de entretenimento oferece ainda coberturas para diversos tipos de evento, como feiras e congressos, eventos religiosos, campanhas de venda, Carnaval, micaretas, rodeios, teatros e festas de empresas. “É um campo muito amplo, mas pouco explorado no Brasil”, comenta Juliana dos Santos.

Visando criar novos nichos dentro desse mercado, em abril de 2009, a Chubb inovou ao lançar o produto Casamento Seguro. “Nos Estados Unidos, esse tipo de apólice é um dos nichos que mais cresce, principalmente após o início da crise financeira mundial, que provocou a quebra de bufês e fornecedores, deixando muitos noivos na mão. Por isso, a Chubb resolveu apostar nesse segmento devido aos altos valores envolvidos na realização de um matrimônio e a grande quantidade de cerimônias realizadas”, conta Juliana.

Estima-se que nos Estados Unidos e na Europa mais de 20% das cerimônias realizadas possuam contratos de seguros. Essas apólices cobrem os principais custos nos casos de cancelamento

ou adiamento da cerimônia religiosa e da festa. Cobrem ainda despesas com acidentes pessoais que ocorram com os convidados na igreja ou durante a festa. “Entretanto, não há cobertura se os noivos desistirem do casamento”, pontua.

GERENCIAMENTO DE RISCOS

Avaliar os riscos desses projetos envolve muito mais que uma simples análise do local onde o evento será realizado e sua estrutura.

Para se avaliar os riscos a que estes eventos estão expostos é necessária a realização de um estudo que leve em consideração o local e os perigos a que ele está exposto. Devem ser averiguados, por exemplo, a possibilidade de enchentes na região; o número estimado de participantes e a capacidade de escoamento desse público em caso de emergência; as instalações que serão utilizadas, como tendas e palcos; dentre tantas outras observações.

“É preciso avaliar muito bem, comparar todas as exposições ao risco, tendo sempre o suporte de um bom corretor de seguros, que conheça bem esse segmento. Também é essencial que se conte com o apoio de uma seguradora especializada, que compreenda os aspectos envolvidos e que tenha pessoas dedicadas a entender o mundo dos eventos e suas especificidades”, destaca Jeferson Bem, da ACE. “Somente assim é possível compreender os riscos aos quais o contratante, tanto o organizador quanto o empresário do ramo de eventos, está exposto, desde o processo de instalação e montagem até as responsabilidades relacionadas ao impacto na comunidade em torno do evento.”

DESAFIOS

Para que esse mercado cresça no Brasil, é preciso que ocorra uma mudança cultural. “O grande desafio desse segmento é a questão cultural, porque

muitos organizadores de eventos e produtores de filmes ainda desconhecem a existência do produto. Ou, às vezes, muitos imaginam que o custo é alto e, por isso, não contratam o seguro mesmo sabendo que imprevistos podem gerar grandes prejuízos”, afirma Juliana, da Chubb.

“Temos uma tendência crescente de conscientização do organizador e dos empresários do setor de eventos brasileiro em relação ao seu público, no sentido de promover eventos com maior nível e segurança. Assim, devemos oferecer cada vez mais o seguro de entretenimento, com apólices mais completas. O mercado de seguros também deve oferecer profissionais que entendam desse segmento, o que é muito importante para a identificação dos riscos e necessidades, para que a apólice cubra tudo o que o organizador precisa”, destaca Jeferson Bem, da ACE.



PARIBAR

Gastronomia Boêmia

Os bons tempos voltaram!

Venha conhecer o novo Paribar

PARIBAR - Praça Dom José Gaspar, 42 - Centro - São Paulo

Telefone: 11 3237-0771

www.paribar.com.br

Novo Rol de Procedimentos pode elevar valor dos planos de saúde

Com a ampliação da cobertura mínima obrigatória dos planos de saúde, que inclui 54 novos procedimentos médicos e 16 odontológicos, os contratos firmados a partir de 7 de junho podem sofrer um reajuste em seu valor.

Segundo a diretora executiva da Federação Nacional de Saúde Suplementar (FenaSaúde), Solange Rezen-de, o consumidor que contratar um plano de saúde corre o risco de pagar mais caro este ano. “Os novos contratos podem trazer algum reflexo dessa medida. Isso dependerá de cada operadora”, afirmou.

A executiva também explicou que os consumidores que contrataram os planos de saúde antes da ampliação da cobertura perceberão os impactos somente a partir de maio de 2011, quando a Agência Nacional de Saúde Suplementar (ANS) anunciar o reajuste anual para os planos.

De acordo com o presidente da FenaSaúde, Marcio Serôa de Araujo Coriolano, o valor dos planos de saúde sofrerá aumento. “A expectativa da FenaSaúde é a de que haverá aumento nos preços dos planos, variável entre as operadoras, pois os cálculos

atuariais consideram o perfil da carteira pretendida e a configuração dos produtos (abrangência, rede, tipo de assistência, coberturas obrigatórias, benefícios adicionais etc.). Isto porque sempre que se adicionam novas coberturas é necessário fazer a correção atuarial do produto (revisão do preço) para manter o equilíbrio do contrato, e assim, a garantia da cobertura”, afirmou Coriolano.

Para o Dr. Alexandre Ruschi, diretor técnico da Seguros Unimed, os impactos da ampliação da cobertura são imediatos, uma vez que aumenta a frequência de consultas médicas e as despesas das companhias, bem como a qualidade do serviço prestado.

O diretor ressalta ainda que a Seguros Unimed apoia as eventuais mudanças nos planos. “Somos favoráveis às revisões dos contratos, já que permitem a evolução e a inclusão de determinadas tecnologias que agregarão maior qualidade ao consumidor final”, afirma.

Segundo Ruschi, com a ampliação dos serviços médicos e odontológicos oferecidos pelos planos de saúde, a Seguros Unimed sofrerá um impacto

de 5% em seus custos. Indagado sobre os eventuais reajustes nos planos de saúde, que serão repassados aos clientes, o executivo evitou fazer qualquer projeção.

A resolução será destinada aos planos coletivos e individuais que tenham sido contratados a partir de 2 de janeiro de 1999, o que beneficiará cerca de 44 milhões de usuários. As operadoras tiveram um prazo de cinco meses para se adaptar ao novo rol de serviços. Pesquisas feitas pela ANS indicam que 52 milhões de brasileiros possuem planos de saúde, sendo que 75% dos contratos são coletivos.

REAJUSTE

Em 11 de junho, a ANS comunicou que fixou em 6,73% o índice máximo de reajuste para os planos de saúde médico-hospitalares, individuais e familiares, contratados a partir de janeiro de 1999 ou regulamentados pela lei nº 9.656/98. Segundo a entidade, esse percentual incidirá sobre os contratos de aproximadamente 7,4 milhões de consumidores, o que corresponde a 13% dos cerca de 56 milhões de beneficiários de planos de saúde no Brasil.

102,5

A Grande Jornada pelo Mundo dos Seguros

Toda segunda-feira, das 7 às 8 horas.

Apresentação: Pedro Barbato Filho

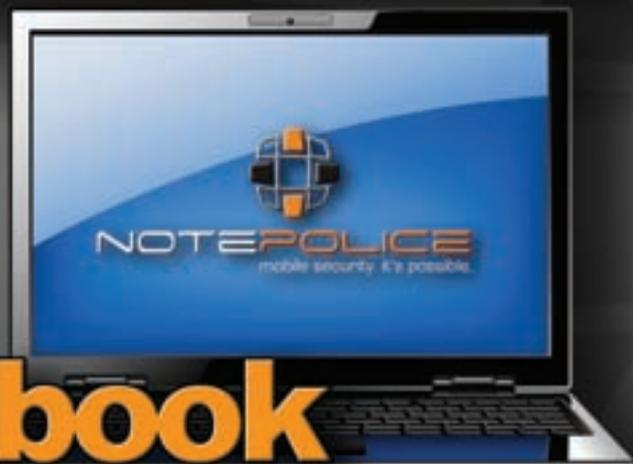
Rádio Imprensa FM 102,5





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 DE PROPRIEDADE INDUSTRIAL
PRODUTO PATENTEADO



**+ Módulo
Proteção de
Dados e Arquivos
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!

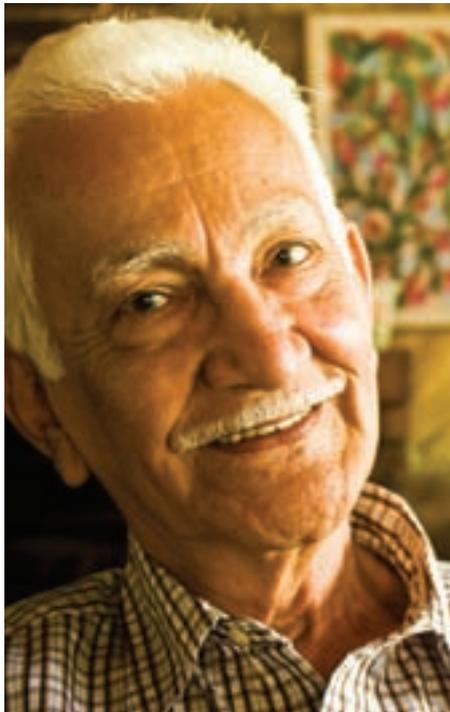
Revendedor Autorizado

SMARTSEC

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

Zurich lança seguro voltado para idosos

Produto é destinado a público de 50 a 79 anos e pode ser adquirido em agência bancária ou terminal de autoatendimento



A Zurich Minas Brasil, em parceria com o Banco Mercantil do Brasil, lançou um seguro especial para pessoas da terceira idade, o Zurich Proteção Melhor Idade. Trata-se de um seguro de acidentes pessoais desenvolvido para o público entre 50 e 79 anos, sendo o único a possuir cobertura para fratura e queimadura. Outro diferencial é que o produto garante proteção financeira aos beneficiários em caso de morte acidental em transporte coletivo ou por acidente de trânsito, e também oferece cesta básica.

“Este produto inova ao incorporar demandas da população mais madura com coberturas inexistentes no mercado brasileiro até o momento. Por meio de estudos e pesquisas com clientes, o produto foi modelado para atender o público da terceira idade, com foco nos beneficiários do INSS que recebem

a aposentadoria através do Banco Mercantil do Brasil”, afirma André Peixoto, superintendente de Produtos Vida.

A aquisição do plano pode ser realizada nos terminais de autoatendimento do Banco Mercantil do Brasil ou diretamente com o gerente da agência.

Segundo Diana Bueno, diretora da área de Vida da Zurich, “atender as necessidades dos clientes foi o grande direcionador na elaboração deste produto. A inovação tem sido nosso foco, e buscamos incluir diferenciais nos nossos produtos”.

Para Ubirajara Cavalcanti, diretor da Mercantil do Brasil Adm. e Corretora de Seguros e Previdência, “a população brasileira está envelhecendo: temos de oferecer soluções, e a parceria com a Zurich nos permitiu desenvolver este produto”, conclui.

Proteção durante a Copa do Mundo

Porto Seguro oferece produto específico a bares e restaurantes para assistir aos jogos do Mundial

Por serem ambientes agradáveis e animados, bares e restaurantes são os locais favoritos para muitas pessoas em períodos de jogos de futebol, principalmente em ano de Copa do Mundo. Durante o Mundial, assistir às partidas nesses locais e comemorá-las é programa certo para muitos torcedores, principalmente para aqueles que trabalham longe de casa e não conseguem chegar a tempo de ver os jogos.

Para protegê-los contra incidentes que venham a ocorrer, a Porto Seguro criou o Porto Seguro Bares e Restaurantes, seguro desenvolvido especificamente para esse ramo. A apólice protege o patrimônio físico, funcioná-

rios e clientes desses estabelecimentos. “Todas as empresas precisam de proteção, mas o setor de bares e restaurantes possui necessidades específicas, que são supridas mais adequadamente com este produto”, explica Edson Frizzarim, diretor de Ramos Elementares da seguradora.

Segundo o executivo, as coberturas abrangem desde ocorrências simples, como quebra de vidros, a situações que demandam maior necessidade de assistência, como acidentes pessoais. “Assim como outros pontos comerciais, bares e restaurantes estão sujeitos a incidentes que acarretam diversos prejuízos. Por isso, é importante contar com

um seguro para cobrir todos tais danos”, diz Frizzarim. “Além disso, para o Mundial, muitos estabelecimentos investem em decoração, telões, equipamentos de som de última geração, entre outros atrativos para seus clientes”, finaliza.

O Porto Seguro Bares e Restaurantes possui coberturas básicas para incêndio, explosão e fumaça. O segurado pode ainda optar por coberturas para danos elétricos, roubo de bens e valores, responsabilidade civil, vendaval/ impacto de veículos, quebra de vidros, anúncios luminosos, equipamentos eletrônicos, tumultos, dentre outras, além de coberturas adicionais.

A Sistemas Seguros há 19 anos desenvolve produtos e serviços para o mercado de seguros.



COL
Gestão de Corretoras



CGW
Consultas gerais via Web



MPW
Multiprodutos Web



SOL
Gestão de Salvados



*Gestão de Processos
para Corretoras*



*Desenvolvimentos de
kits e produtos*



**Sistemas
Seguros**

Telefone: 11 3664-2040

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

Site: www.sistemas-seguros.com.br

Prepare-se e antecipe-se às mudanças

É certo que sentimos na pele as mudanças vertiginosas que nossa era oferece.

São duas as possibilidades fundamentais de reação. A primeira é ficar perdido e reclamando do mundo; a outra é acompanhar e surfar nas ondas das tendências, inclusive antecipando-se a elas, promovendo as mudanças que o ser humano e as empresas precisam promover.

Segundo o *CFO Study*, pesquisa realizada pela IBM, mais de mil presidentes de empresas de todo o mundo buscam as características que serão essenciais para uma gestão bem sucedida nos próximos anos. O estudo concluiu que as empresas do futuro serão altamente flexíveis, com um modelo de negócios fluido, capaz de assimilar – ou até antecipar – as mais drásticas e inesperadas mudanças de mercado. Gerir as mudanças deixará de ser um processo ocasional ou assistemático. Em vez de reagir às tendências, a empresa do futuro se renovará por meio de programas permanentes, cujos resultados serão mais ou menos previsíveis. O cenário exigirá profissionais altamente capacitados para mudanças.

Ao reconhecer que ser agente de mudanças pode fazer diferença em um cenário altamente competitivo, esteja preparado para se desapegar do patamar conquistado, saiba reconhecer que sempre haverá riscos de sucesso ou insucesso, e faça brotar de seu interior uma grande motivação e entusiasmo para estimular e impulsionar outras pessoas a realizar as mudanças que o novo mundo impõe. Como ensinou o filósofo e economista austríaco Peter F. Drucker: “A melhor maneira de prever o futuro é criá-lo”.

Fazer acontecer é fundamental para estar conectado com o tempo. Atualizado em tecnologia, aberto para quebra de paradigmas, atento aos movimentos e tendências mundiais, revendo seus conceitos e valores e, mais importante, posicionando-se corajosamente em busca dos sonhos, objetivos e sucesso da organização onde trabalhamos.

Um bom começo para envolver-se mais com essa dinâmica de transformações é rever as habilidades de comunicação intrapessoal – consigo mesmo – e a comunicação inter-

pessoal – com as outras pessoas, pois todo processo de mudanças relaciona-se aos estímulos recebidos e oferecidos; em outras palavras, do mesmo modo que somos suscetíveis às influências do meio, também influenciaremos outras pessoas. As comunicações intra e interpessoal representam poder na mudança.

A força da comunicação é a mola propulsora para qualquer processo de mudança, desde os mais importantes meios de veículos de massa até situações do dia-a-dia das empresas em reuniões, treinamento, liderança, palestras, vendas, negociações e bate-papos informais.

DICAS E SUGESTÕES

Reconheça que você é um agente de mudanças. Quanto mais ampliar suas habilidades de entendimento e comunicação, maior será seu poder de influenciar os demais.

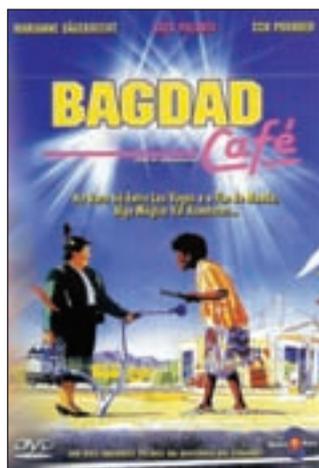
Livre-se de tudo aquilo que impede sua caminhada e evolução. Comece com mudanças leves nos modelos mentais, livros, papéis, roupas e sapatos velhos; e reveja seus comportamentos, atitudes, crenças e valores que ficaram obsoletos na era do conhecimento e transformações.

Desenvolva atitudes criativas, pensando em maneiras de inovar seus procedimentos e ações no cotidiano.



Reinaldo Passadori. Professor e diretor do Instituto Passadori, especialista em Desenvolvimento Humano Comunicação Verbal, e um dos principais conferencistas em seu segmento no Brasil. É autor dos livros “Comunicação essencial – Estratégias eficazes para encantar seus ouvintes”, “As 7 dimensões da comunicação verbal” e “Media Training – Comunicação eficaz com a imprensa e a sociedade”, publicados pela Editora Gente.

Leitura na tela



BAGDÁ CAFÉ

Depois de brigar com seu marido e abandoná-lo, a turista alemã Jasmin caminha pelo deserto do Arizona até chegar ao postotel Bagdá Café. Recebida com aspereza por Brenda, a dona do local que acabou de colocar o marido para fora de casa, Jasmin enfrenta resistência dos habitantes do Bagdá Café, porém, com empatia, escuta ativa e comunicação, aos poucos promove mudanças extraordinárias no local e, principalmente na vida daquelas pessoas. Com o tempo, apesar das diferentes personalidades, Jasmin e Brenda tornam-se boas amigas e transformam o Bagdá Café em um lugar mágico, onde cada um pode ser feliz à sua maneira.

**SOLUÇÃO SOB MEDIDA
PARA A LOCAÇÃO.
GARANTIA DE BONS
NEGÓCIOS PARA VOCÊ,
CORRETOR.**

O Porto Seguro Aluguel substitui com vantagens o fiador. Ele garante o pagamento dos aluguéis e encargos vencidos e não pagos, oferece análise cadastral da própria Porto Seguro e consertos gratuitos ao imóvel, além de permitir ao inquilino pagar o seguro em parcelas mensais*. Para você, corretor, ele também oferece muitas vantagens:

- Você vai atuar em um mercado aquecido, com alto potencial de crescimento;
- Pode oferecer um novo produto aos clientes já conquistados, ampliando sua carteira e aumentando a rentabilidade;
- Vai ter o apoio de uma equipe de promotores especializados no produto para auxiliar na venda e no treinamento do pessoal.

Para mais informações, consulte seu gerente comercial.

*Condição de pagamento exclusiva em administradoras. Informações reduzidas. CNPJ: 61.198.164/0001-60 - Processo SUSEP: 15414.000114/2008-21. O registro deste plano na SUSEP não implica, por parte da Autoridade, incentivo ou recomendação à sua comercialização.



**PORTO
SEGURO**
SEGUROS

Aluguel



PODE SER DE PANO



OU ATÉ DE FERRO.

PODE SER ARRISCADO



OU SUPERSIMPLES.



PODE SER FEITO COM AS MÃOS



OU COM O DEDO INDICADOR DIREITO.

PODE SER MINÚSCULO



OU DO TAMANHO DO MUNDO.



PODE DURAR UM SEGUNDO



OU UMA VIDA INTEIRA.



ANS - n.º 35966-1

CUIDAR. É PARA ISSO QUE
DEDICAMOS OS ÚLTIMOS 30 ANOS.

Na Omint, os associados encontram as melhores referências em medicina e odontologia na rede credenciada, orientação 24 horas, atendimento personalizado e nenhuma burocracia. É por levarmos o cuidado tão a sério que cuidamos tão bem.

Conheça. Ligue. Acesse. Compare.

NOSSO MAIOR PRESTÍGIO É CUIDAR DE VOCÊ.



omint.com.br

0800 726 4000 ou (11) 4004-4011

Consulte seu corretor.

OMINT