



MISSÃO

Podemos proporcionar aos nossos Segurados com produtos e serviços de alta qualidade e inovação. Focados a oferecer a melhor tecnologia e atendimento ao cliente.



Tarcísio Godoy (à frente), diretor geral de Auto/RE do Grupo Bradesco Seguros e equipe

GRUPO BRADESCO SEGUROS: ESPECIALISTA NOS SEGMENTOS DE AUTO E RAMOS ELEMENTARES

ESPECIAL TRAZ BALANÇO DAS
EMPRESAS ATUANTES NO
MERCADO DE
SEGUROS

**O CERTIFICADO DIGITAL
É OBRIGATÓRIO.**

**A DOR DE CABEÇA
É OPCIONAL.**



COMPRAS ONLINE
INTELIGENTE



OS MELHORES
PRODUTOS



PROFISSIONAIS
ESPECIALIZADOS



PRESENÇA FÍSICA
EM TODO O BRASIL



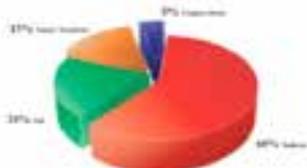
A ICP Seguros reúne os melhores produtos de certificação e uma rede de atendimento presencial qualificada para você adquirir seu certificado digital de forma rápida, segura e sem complicação.

Acesse nosso site e compre seu certificado digital. Tem sempre um ponto da ICP Seguros perto da você, pronto para atendê-lo.



ICP Seguros

www.icpseguros.com.br

**Editor**José Francisco Filho - MTb: 33.063
francisco@revistasegurototal.com.br**Diretor de Marketing**André Pena
andre@revistasegurototal.com.br**Diretor Comercial**José Francisco Filho
francisco@revistasegurototal.com.br**Jornalista**Aurora Ayres
aurora@revistasegurototal.com.br**Redação**Ana Paula Ribeiro e Bruna Diniz
redacao@revistasegurototal.com.br**Designer**Marco Antonio Betti
marcoantoniobetti@gmail.com**FOTOS DE CAPA E MATERIA:**
Leo PinheiroPortal Revista Seguro Total
www.planetaseguro.com.brSiga nosso Twitter
twitter.com/seguro_totalCompartilhenossoFacebook
facebook.com/Revista-Seguro-Total**Distribuição Nacional**

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

Mudar para melhorar

Este mês, a presidente Dilma Rousseff sancionou a tão esperada Lei do Desmonte, projeto do deputado Armando Vergílio que regulamenta o funcionamento das empresas brasileiras de desmonte de veículos. Segundo a Secretaria de Segurança Pública mais de 380 mil veículos são roubados por ano. Só no ano passado, de acordo com dados da Fenacor, cerca de 470 mil veículos foram roubados ou furtados no Brasil e apenas a metade foi recuperada. Com o fim dos desmanches ilegais, além de se combater roubos e furtos de automóveis, a disponibilidade de peças certificadas no mercado deve fazer o preço do seguro diminuir. A sociedade ganha com isso.

Ganha também quem muda, quem sabe fazer escolhas melhores e onde procurar ajuda. A fim de reunir agentes do setor, representantes do Governo, de entidades de proteção e defesa do consumidor e da sociedade civil, a CNseg e a Escola Nacional de Seguros realizaram mais uma edição da Conferência de Proteção do Consumidor de Seguros, que teve a educação financeira como foco. É por meio da Educação Financeira que consumidores e investidores poderão desenvolver habilidades e segurança para se tornarem mais preparados e, assim, verificar oportunidades de mercado. Trata-se de uma mudança de comportamento que contribui para o consumo financeiro mais responsável da população.

E por falar em mudanças, a atenuação dos efeitos das mudanças climáticas que estão ocorrendo no planeta e a adaptação a estas são os maiores desafios da humanidade neste início de século. Os eventos climáticos extremos e sua relação com as mudanças climáticas globais não foram, até agora, totalmente estudados pela comunidade científica brasileira. A fim de contribuir para a compreensão de como essas questões impactarão o Brasil, a Fundação Brasileira para o Desenvolvimento Sustentável (FBDS) em parceria com o Lloyd's divulgou, recentemente, uma publicação que contém relatórios sobre os quatro grandes desafios que o país enfrentará: condições climáticas extremas; sistema de energia elétrica; adaptação da agricultura e os efeitos da elevação do nível do mar. Leia mais na seção Infossustentabilidade.

Ainda nesta edição, a Revista Seguro Total, faz um resumo da performance do ano passado do segmento de Seguros no Brasil ao apresentar um especial sobre o balanço das atividades e os resultados obtidos por empresas renomadas do mercado.

Boa leitura!



20



INFOSUSTENTABILIDADE

14

Estudo do Lloyd's e da FBDS chama a atenção para as mudanças climáticas no mundo todo. Falta de avaliação de riscos pode refletir nos segmentos de seguros e resseguros.

44

CAPA

Diretor do Grupo Bradesco Seguros, empresa especializada no segmento de Automóveis e Ramos Elementares, fala sobre investimentos, atuação da companhia e dos desafios para os próximos anos.



TECNOLOGIA

O mercado de seguros e as novas tecnologias: comunicação e transações em ambiente online.

6

MURAL

26

ENTIDADES

34

ESPECIAL

12

DESTAQUE

32

MERCADO

45

GIRO DE MERCADO

TOKIO MARINE CLÍNICAS E CONSULTÓRIOS

*A receita
para aumentar
a saúde dos
seus negócios.*

Fazer um plano **completo de saúde**, apesar de não parecer uma tarefa simples, não é tarefa fácil. Toda Marca Clínica e Consultório é um negócio, mas já chega cedo a seguir **um plano completo de saúde**. É o plano que vai fazer os negócios de saúde que um Clínica precisa em um mesmo plano, com **uma série de cuidados**.

proporcionando mais facilidade no plano de saúde e de uma E. Não, é mais sobre o plano de saúde de saúde que pode ser aumentado para ter um **plano completo de saúde**.

Não é mais sobre uma Clínica de saúde de saúde e saúde de saúde.

tokiomarine.com.br

Segua-nos no [Instagram](#) @tokiomarine_pernambuco [Facebook](#) /tokiomarinepernambuco

tokiomarine.com.br/contato/ | tokiomarine.com.br/contato/ | tokiomarine.com.br/contato/ | tokiomarine.com.br/contato/ | tokiomarine.com.br/contato/



**TOKIO MARINE
PERNAMBUCO**

Rua Tamariz de São Carlos, 100

Argo promove encontro de corretores

Seguradora apresenta os benefícios do Protector

Argo Seguros realizou o 2º Encontro de Corretores Protector, onde foi apresentada a plataforma eletrônica especialmente criada para o relacionamento entre a seguradora e os corretores que possibilita inclusive o envio online da apólice contratada. O Protector é uma modalidade de seguro de Responsabilidade Civil voltado especialmente para necessidades de algumas profissões.

O objetivo do encontro foi estreitar a parceria da Seguradora com os corretores. A companhia criou uma série de facilidades que os corretores poderão conhecer para essa modalidade

de seguro e aplicar na hora de negociar para futuros segurados, como um e-mail marketing, site personalizado, banner online, versão de folder impresso para cada profissão do Protector e um kit de demonstração do produto que o corretor poderá usar para explorar as características da ferramenta.

O Protector está disponível para médicos, corretores de seguros, engenheiros, empresários, contabilistas, dentistas, diretores e conselheiros e advogados, sendo permitida a contratação tanto para pessoas físicas, quanto jurídicas.



Argo estreita parceria com corretores

Inovação é foco do 9º Simpósio Internacional de Planos Odontológicos

Cerca de 22,5 milhões de brasileiros nunca foram ao dentista, de acordo com o IBGE e apenas 10,6% têm planos odontológicos. Por outro lado, o número de profissionais que prestam serviços odontológicos no Brasil cresce a cada ano. A fim de contribuir para o aprimoramento do setor odontológico, foi realizado, nos dias 8 e 9 de maio, mais uma edição do Simpósio Internacional de Planos Odontológicos (Sinplo), em São Paulo.

Este ano, o tema central do evento, promovido pelo Sindicato Nacional das Empresas de Odontologia de Grupo (Sinog) e Universidade Corporativa Abrange (UCA), foi “Inovação – boas ideias em prática”, para discutir ideias e projetos considerados inovadores para o mercado de planos odontológicos, assim como, as tendências e perspectivas que possam induzir a mais inovações no setor. O simpósio reuniu executivos que estão à frente da gestão de empresas de odontologia e medicina de grupo, cooperativas odontológicas e médicas, autogestões e filantrópicas, além dos representantes e órgãos de classe e da agência reguladora.

Brasília ganha unidade do Bradesco Auto Center

Bradesco Seguros inaugurou em 13 de maio, em Brasília, a unidade do Bradesco Auto Center (BAC). A partir de agora, em um mesmo lugar, os segurados da Capital e Distrito Federal contam com diversos serviços, tais como: atendimento a sinistros, retirada de carro reserva, vistoria prévia, instalação de equipamentos antifurto, reparos ou troca de vidros, locação de automóveis e 2ª via de boletos. Todos os serviços podem ser feitos com hora marcada, por meio de agendamento. É só acessar www.bradescoautocenter.com.br ou ligar para a Central de Relacionamento: 4004 2757 (capitais e regiões metropolitanas) ou 0800 701 2757 (demais localidades).

**E PENSAR QUE ISSO COMEÇOU
 NUMA SIMPLES BATEDINHA DE CARRO.
 A VIDA É SURPREENDIDA, E ISSO É MUITO BOM.**



Viva o Imprevisto e deixe a rotina com a SulAmérica.

O Imprevisto não tem o Princípio Fim e os custos associados são limitados para não deixar qualquer pagamento desproporcional. Tudo de acordo com o plano contratado. Não se preocupe com os prêmios, pois a SulAmérica cuida de tudo para você.

- CANCELAR QUALQUER VEZ
- CANCELAR QUALQUER DIA



CONTORE SULAMÉRICA PARA O SEU CLIENTE

Capemisa planeja crescimento

Projeção é de expandir em 40% o faturamento no Paraná



Daniel Arena, Rosângela Aguirre, Laerte Tavares e Ciro Calixto

Com quatro milhões de clientes em todo o Brasil, a Capemisa Seguradora inaugurou, no final de abril, a sua nova sucursal no centro de Curitiba, Paraná. A inauguração faz parte de um movimento de expansão das atividades no mercado paranaense. “Projetamos um crescimento de 40% da Capemisa no Paraná neste ano. Isso deverá expandir a participação atual de 6,2% do Estado no faturamento nacional da companhia”, afirma Laerte Tavares, diretor comercial da empresa.

O faturamento da companhia no Paraná é de R\$ 23 milhões. Os carros-chefe são os produtos corporativos. De acordo com a companhia, os mais vendidos no Estado do Paraná são o Viva Flex e o Cia Proteção Corporativa, ambos seguros em grupo voltados para empresas, além do PME (voltado para pequenas e médias empresas).

Evento do SAS discute fraudes em seguradoras

O SAS, líder de mercado em soluções e serviços de Business Analytics, realizou, em maio, o evento SAS Fraud Conference, em Brasília e São Paulo. A conferência teve como objetivo discutir tecnologias de prevenção a fraudes em diferentes setores, inclusive o de seguros.

James Ruotolo, especialista internacional em fraudes do SAS, afirmou que a fraude em seguros é um problema que movimenta US\$ 40 bilhões ao ano nos Estados Unidos. O executivo participou do painel “Prevenindo e Detectando Fraudes em Seguros com Analytics”.

Segundo ele, as fraudes estão cada vez mais sofisticadas, ágeis e rápidas. Ele explica que, atualmente, uma boa solução de detecção de fraudes deve: integrar dados de múltiplos canais, cruzar identidades, prover transparência e “adaptabilidade” para responder

rapidamente as constantes mudanças das ameaças.

“O SAS combina diferentes métodos que são bons em detectar diferentes fraudes. Em ambientes complexos, os fraudadores sabem o que estamos procurando, precisamos ter um approach diferente”, afirma o especialista.

Ricardo Saponara, especialista em Fraudes em Seguradoras do SAS Brasil citou que para combater fraudes é preciso uma solução ponta-a-ponta, que englobe cinco aspectos: gerenciamento de dados, modelagem, detecção, investigação e gestão.



James Ruotolo: “fraudes estão cada vez mais sofisticadas”

SulAmérica aperfeiçoa meio eletrônico

A SulAmérica passa a usar a versão na “nuvem” (in cloud) em seu Meio Eletrônico de Cadastro SulAmérica Saúde (MECSAS). O sistema é oferecido pela companhia para movimentações e atualizações cadastrais de beneficiários das empresas clientes.

A nova versão possibilita acompanhar o andamento das solicitações, o envio e armazenamento de toda a documentação digitalizada e a mobilidade para acesso em qualquer lugar via internet. A ferramenta está disponível também para clientes de pequenas e médias empresas (PME).

Proteção de Dados & Responsabilidade Cibernética

Segura CyberEdge® AIG

Com o objetivo de oferecer uma proteção em nome do cliente adequada a suas necessidades, a AIG criou o CyberEdge, um Seguro de Proteção de Dados & Responsabilidade Cibernética, desenvolvido para resguardar a responsabilidade das empresas referente à proteção, gestão e manuseio de dados pessoais e de informações das perdas de informações corporativas. Saiba mais sobre este produto em: www.AIG.com



Prontas para o amanhã

Seguros de Vida, Saúde, Acidentes Pessoais, Incêndio, Furto e Danos Materiais (PT) 0800 27407

Seguros de Proteção de Dados e Responsabilidade Cibernética (PT) 0800 27407

Seguros de Proteção de Dados e Responsabilidade Cibernética (PT) 0800 27407

Marítima Saúde expande atuação

Companhia atua em Manaus

A Marítima Saúde acaba de investir no início de sua atuação no Amazonas. Os investimentos para início das operações de Seguro Saúde vêm para atender a uma alta na demanda por essa categoria de serviços em Manaus. Vale considerar que o aumento no faturamento e empregabilidade em 2013 vem incentivando às empresas a buscar serviços de qualidade na área de saúde para seus colaboradores. Só para se ter uma ideia, as empresas incentivadas do Polo Industrial de Manaus (PIM) empregaram, em média, no ano de 2013, mais de 121 mil trabalhadores e faturaram R\$ 83,28 bilhões, o maior da história em moeda nacional, segundo dados da Superintendência da Zona Franca de Manaus (Suframa).

A atuação em Manaus prevê o atendimento desde as pequenas empresas com o mínimo de cinco vidas (mínimo de dois titulares) até as grandes corporações com mais de dois mil funcionários. “Manaus tem uma importância

estratégica para a companhia. Agora podemos comemorar essa nova conquista junto com nossos parceiros corretores, que já trabalham para prestar consultoria aos segurados quanto às melhores opções de plano adequadas aos seus respectivos perfis”, salienta Fernando Grossi, diretor da Marítima/Yasuda na região Norte/Nordeste.



Fernando Grossi: “Manaus tem importância estratégica”

Parceria entre Zurich Santander e Ikê Assistência

A Ikê Assistência 24 Horas e a Seguradora Zurich Santander Brasil Seguros e Previdência anunciam nova parceria no mercado brasileiro. A Ikê passará a ser a Assistência da Zurich

Santander para os clientes de seguro de vida e de seguro residencial no Brasil.

A multinacional de assistência 24 horas foi selecionada em um processo de concorrência que ocorreu em 2013 no mercado. “A conquista dessa nova parceria nos enche de orgulho, colocaremos à serviço da Zurich Santander e seus clientes toda experiência internacional da IKÊ Assistência, tecnologia, qualidade e paixão por atender bem e superar expectativas que tem marcado nossa atuação no Brasil”, afirma Marusia Gomez, CEO da Ikê Assistência no Brasil.



Marusia Gomez: superando expectativas

Essor presta homenagem a parceira Livonius

A mais antiga administradora e corretora de seguros do País, fundada em 1888, completou 126 anos. O CEO da Essor, Fabio Pinho, ofereceu ao diretor operacional da Livonius, Antonio M. Delfim, uma placa em comemoração à data. Inicialmente, a Essor Seguros firmou parceria com a Livonius nas operações dos Seguros de Cascos para as empresas de ônibus, que segundo Fábio Pinho, “não são tratados de forma distinta e diferenciada da frota de automóveis pelas seguradoras, como deveriam”, afirma.

O segundo produto da dupla, no mesmo ramo, é o Seguro de RC Ônibus/APP (obrigatório e facultativo). Uma carteira, cujo faturamento previsto para 2014 é de R\$ 50 milhões. “É também um seguro diferenciado, que se propõe a dar um atendimento humanizado às vítimas de acidentes de trânsito em geral”, explica Pinho. Em caso de acidente, uma equipe médica especializada fornece assistência aos acidentados neste momento de extrema dificuldade



Fábio Pinho (a dir.) entrega placa comemorativa a Antonio M. Delfim

**“As
mulheres
ainda
buscam
seu
espaço no
mercado
de
trabalho”**

**Regina Helena Menezes Lopes
fala sobre como atingir as
boas práticas da Governança
Corporativa e de preconceito
da mulher em cargos de
liderança**

Formada em Direito, a diretora executiva jurídica e de Compliance da Allianz Seguros, Regina Helena Menezes Lopes, foi eleita diretora estatutária da companhia. Agora, a executiva aguarda a homologação da Susep, órgão regulador do setor de Seguros, para ingressar no novo cargo. Regina Lopes foi também diretora do Banco Braseg S/A e do Banco AGF Braseg S/A. A executiva iniciou suas atividades na companhia em 1989, como advogada e logo se tornou gerente jurídica, passando a assumir a diretoria jurídica em janeiro de 1994. Antes de trabalhar na Allianz, ela foi advogada da Lemos e Penteadó Consultoria de Sistemas e do Banco Noroeste S.A, além de consultora jurídica da Íncola-Serviços e editora da Revista dos Tribunais. Confira entrevista exclusiva para a Revista Seguro Total:

Revista Seguro Total - Recentemente, houve a sua nomeação como diretora estatutária. Muita coisa muda em sua rotina de trabalho?

Regina Helena Menezes Lopes Primeiramente, é importante esclarecer que eu fui eleita diretora estatutária, mas ainda depende da homologação do órgão regulador do setor de Seguros, a Susep. A minha rotina de trabalho deve se alterar um pouco, ou seja, terei um envolvimento maior em outros níveis decisórios da companhia.

ST - Para você é um grande desafio? O que muda em sua carreira profissional?

RL - Sim, é um grande desafio e recebi com muito orgulho a indicação. Para mim, essa mudança é importante, pois representa o reconhecimento do acionista no resultado do meu trabalho.

ST - Qual a importância das atividades jurídicas na operação da empresa como seguradora?

RL - As atividades jurídicas são parte das decisões estratégicas da empresa. A área jurídica tem uma integração bastante estreita com diversos departamentos da companhia. Portanto,

os profissionais que atuam na área jurídica devem possuir visão de negócio, pensamento estratégico e ação rápida frente às questões que se apresentam na empresa, como novas parcerias de negócios, lançamento de novos produtos ou mudanças de estrutura.

ST - Quais são as principais práticas de Governança Corporativa e Compliance?

RL - As boas práticas de governança corporativa têm a finalidade de aumentar o valor da companhia, facilitar seu acesso ao capital e contribuir para a sua perenidade. Para que esta harmonia seja atingida, deve-se considerar os pilares da Governança Corporativa que são:

- Transparência: a Administração deve cultivar o desejo de informar, não se restringindo apenas ao desempenho econômico-financeiro;

- Equidade: tratamento justo e igualitário de todos os grupos minoritários, seja do capital ou das demais partes interessadas (stakeholders), como colaboradores, clientes, fornecedores ou credores;

- Prestação de Contas: os agentes da Governança Corporativa devem prestar contas de sua atuação;

- Responsabilidade Corporativa: conselheiros e executivos devem zelar pela perenidade das organizações – visão de longo prazo –, incorporando questões de ordem social nas definições dos negócios e operações.

O Compliance é parte da estrutura de Governança Corporativa das organizações e tem papel fundamental na atuação de princípios diretamente ligados a cada pilar da GC e, principalmente, na proteção dos ativos (marca) e investimentos realizados pelos acionistas. A Allianz possui uma estrutura local de Compliance bastante robusta e com linha de reporte direta para o Grupo Compliance, com base na Alemanha. Além deste modelo de reporte independente, operacionalmente o Compliance Brasil também responde para a Região IberoLatam, liderada pela Espanha e formada por países como Portugal, México, Argen-

tina, Colômbia, Brasil e Espanha. Este modelo estrutural permite a troca de experiência entre os países, possibilitando a adoção e implementação de práticas e programas de Compliance já testados em mercados com nível de Governança Corporativa mais maduros, como o mercado europeu.

No Brasil, nossos esforços estão concentrados na implementação e manutenção de programas de Compliance que objetivam fortalecer a estrutura de Grupo Compliance da companhia. Como por exemplo: programa anticorrupção, programa antifraude, programa antitruste, programa de sanções e embargos, programa de prevenção à lavagem de dinheiro, entre outros.

ST - Poucas pessoas, ainda mais mulheres, alcançam um cargo de tanta responsabilidade como o de diretora estatutária. O que você acredita ter sido o seu diferencial para esta conquista?

RL - Muita dedicação, determinação, disciplina, comprometimento, habilidade para lidar com pessoas e, principalmente, responsabilidade.

ST - Como mulher, você ainda sente resistência ou algum tipo de “preconceito” no trabalho? Acredita que finalmente, homens e mulheres estão equiparados?

RL - Não sinto nenhum tipo de preconceito dentro do meu trabalho. Pelo contrário, sou respeitada e tratada da mesma forma que qualquer outro diretor ou colaborador do sexo masculino. Qualquer tipo de preconceito é superado com trabalho e competência profissional. Acredito que não teria sido mais fácil se fosse homem, pois a Allianz valoriza o trabalho feminino e não faz nenhuma diferença ou qualquer tipo de discriminação ou preconceito em relação às mulheres. Hoje, as mulheres representam 54% do total de colaboradores da Allianz. Nos níveis de gerência e acima, representam 30%. O mercado de trabalho ainda não está equiparado entre homens e mulheres, mas as mulheres vêm buscando seu espaço no mercado de trabalho e se preparam mais para os cargos de direção.



sala de
OPERAC
MONIT

BRADESCO SEGUROS E CORRETORES:

**UMA PARCERIA CAMPEÃ
EM AUTO E RAMOS
ELEMENTARES**

O Grupo Bradesco Seguros – por meio de sua empresa especialista no segmento de Automóveis e Ramos Elementares – superou pela primeira vez, em março de 2014, a marca de R\$ 500 milhões em faturamento em um único mês. O salto é resultado do trabalho em equipe entre o Grupo e os corretores, o que elevou o número de clientes a expressivos 3,9 milhões nos últimos 10 anos, período em que foi estruturado o segmento especializado em Auto e Ramos Elementares. Esse crescimento teve impacto direto nos resultados do Grupo Segurador, líder do mercado de seguros no Brasil, com faturamento de R\$ 11,5 bilhões e lucro líquido superior a R\$ 1 bilhão neste primeiro trimestre. No mesmo período, também comparado a 2013, a evolução em Auto e Ramos Elementares foi de 22%, totalizando R\$ 1,4 bilhão de prêmios.

A parceria com os corretores também resultou na liderança nas Regiões Norte e Nordeste e no Estado do Rio Grande do Sul, que ao lado de Minas Gerais, registrou, desde setembro do ano passado, expansão de 40% no ramo Auto. Para o diretor geral de Auto/RE do Grupo Bradesco Seguros, Tarcísio Godoy, ações focadas na inovação do produto e no atendimento de qualidade ao segurado são fatores de incentivo ao crescimento. No segmento de Auto e Ramos Elementares, a estratégia é atingir plenamente seu potencial de crescimento até 2019. É nesse esforço planejado que todos os colaboradores e parceiros comerciais, especialmente os corretores, entram em campo para garantir resultado e também a credibilidade do produto perante o consumidor.

Contando com um portfólio diversificado de produtos e atuação em âmbito nacional, Godoy acredita que o maior desafio da empresa de Auto/RE do Grupo Segurador, nos próximos cinco anos, será acompanhar a “sofisticação nos modelos de precificação no mercado de automóvel”, por meio de investimento na capacitação de seu time e desenvolvimento de modelos matemáticos preditivos para uma adequada seleção de risco e tarifação de prêmios, de acordo com o perfil e necessidades de cada cliente. Por exemplo, uma decisão importante já adotada em 2013 – que já começa a apresentar resultados – e que permitirá ao Grupo Bradesco Seguros crescer de forma sustentável em Auto, é o aumento na granularidade das regiões tarifárias de 300 para 10 mil em todo o País. “O mercado de seguro de automóveis é muito competitivo e inovador. Nesse mercado, a importância da seleção de risco e oferta de uma proposta de valor adequada para o segurado é fundamental. Por isso, estamos sempre em busca de inovação”, afirma Godoy.

Outro desafio será acompanhar o dinamismo dos canais de distribuição, incluindo o e-commerce. Godoy reafirma a estratégia de que, mesmo nesse cenário, o corretor continuará a ser um dos maiores aliados e interlocutores entre a Seguradora e o cliente. Para isso, o Grupo investe sistematicamente em canais de relacionamento e em programas de treinamento para seus corretores em todo o País. A ação mais recente é a reformulação do site 100% Corretor – acessado via www.bradescoseguros.com.br – para um portal com melhor navegabilidade. Sendo uma importante ferramenta de relacionamento entre o Grupo Segurador e seus mais de 42 mil corretores cadastrados em todo o País, o Portal 100% Corretor ganhou ambiente mais ágil e interativo para facilitar o acesso aos diversos produtos da marca Bradesco Seguros.

Pioneiro no mercado segurador, o Portal 100% Corretor foi aprimorado a partir de solicitações feitas pelos próprios usuários, em pesquisa encomendada pelo Grupo Segurador. Incluindo um *layout* mais moderno, novas páginas e ícones específicos para cada demanda, o canal tem como missão agilizar o tempo que os corretores levam para orga-

nizar seus negócios, programar o recebimento de extratos, resgatar histórico de apólices e consultar seguros.

Atenta a uma maior consciência do consumidor, a satisfação e a qualidade do atendimento ao segurado são fatores relevantes para o sucesso da Seguradora. Por isso, o Grupo Bradesco Seguros investe, há sete anos, na construção de uma rede exclusiva de Bradesco Auto Center (BAC), centros automotivos que têm duplo objetivo: assegurar a qualidade do atendimento aos seus segurados – atualmente, cerca de 1,6 milhão de veículos são segurados – e estreitar ainda mais a relação com sua rede de corretores. Nessas unidades, o segurado e o corretor podem levar o veículo sinistrado, realizar vistorias e retirar o carro reserva. Para maior tranquilidade do segurado, já existem projetos-pilotos para permitir que o terceiro envolvido em um acidente com o segurado possa realizar em alguns casos a regulação, calcular o orçamento e providenciar a liquidação do sinistro.

Desde a inauguração do primeiro BAC em Porto Alegre, em 2007, esses centros automotivos já contabilizaram mais de 260 mil atendimentos aos segurados e a terceiros. Hoje, são 26 unidades em 13 Estados. O mais recente começou a operar em Brasília/DF, no início de maio. Outras 10 unidades estão previstas para entrar em funcionamento ainda em 2014. A principal facilidade proporcionada pelo BAC é a integração de serviços. “O diferencial



Almir Ximenes Filho, superintendente executivo de Produto

De olho na qualidade dos processos e serviços

RECENTEMENTE implantada, a Sala de Operações e Monitoramento do segmento de Auto/RE é um exemplo bem-acabado da preocupação do Grupo Bradesco Seguros com a qualidade no atendimento a seus clientes e corretores. A partir da unidade tecnológica instalada na sede do Grupo, no Rio de Janeiro/RJ, a equipe técnica coordena, em tempo real, informações estratégicas que impactam diretamente nos objetivos traçados para as equipes de venda de Auto/RE e na satisfação dos segurados.

Humberto Siqueira, diretor de Operações em Auto/RE, é o executivo responsável pela coordenação da sala. Humberto e sua equipe monitoram, por meio do grande painel, quase a totalidade dos processos que tornam o dia a dia do cliente mais confortável. É possível, por exemplo, acompanhar minuto a minuto o andamento de um processo de cotação de seguro – como o tempo de atendimento ao corretor, a análise do processo e o fechamento da venda. Por meio de um

detalhado mapa do Brasil, é possível, ainda, controlar serviços importantes para o segurado, como localização estratégica dos guinchos e dos veículos que possuem rastreador em todo o País, resultando em maior eficiência nos processos e segurança para o cliente Bradesco Seguros.



Humberto Siqueira, diretor de Operações

dos nossos centros automotivos tem sido o atendimento rápido, completo e integrado, assegurado pela qualidade dos serviços e por eles estarem todos juntos em um mesmo lugar”, explica Tarcísio Godoy, que atribui os números positivos do primeiro trimestre, em boa parte, à qualidade do

atendimento prestado nas unidades do Bradesco Auto Center.

Tecnologia como estratégia de conveniência para o Segurado

A tecnologia continuará sendo uma forte aliada na relação com os clientes e, também, potenciais segurados. Com essa filosofia, o Grupo Bradesco Seguros foi o primeiro, no Brasil, a ter um aplicativo comercial homologado pela Apple para o iPhone. A licença é para o software “Dirija bem”, do Bradesco Seguro Auto, que coloca gratuitamente na palma da mão de usuários do iPhone uma série de funcionalidades exclusivas, como acesso a endereços de oficinas, postos de combustíveis e estacionamentos, mapas digitais e vídeodicas, entre outras opções.

A principal vantagem é que o aplicativo “Dirija Bem” está disponível a todos os usuários de iPhone – clien-



Nelson Meiga, superintendente executivo de Desenvolvimento de Sistemas

tes ou não da seguradora. Em caso de pane em local desconhecido, por exemplo, o motorista pode consultar o aplicativo para descobrir sua localização exata, via GPS. Se o problema for pane seca, o sistema informa postos de combustíveis nas redondezas. O motorista pode ainda recorrer ao aplicativo para encontrar o estacionamento mais próximo.

Ainda como ação para aproximação com o segurado, recentemente, o Grupo lançou o SMS para Corretor, por meio do qual o corretor toma conhecimento do tipo de atendimento e o tempo gasto para a solução do problema de seu cliente. O objetivo é fazer com que, a partir de cada atendimento prestado, o corretor conheça mais a fundo o perfil de seu cliente, o que permitirá ao Grupo Bradesco Seguros aprimorar a qualidade do serviço e aproximar segurado e corretor ainda mais da marca.

Como diferencial competitivo e para aumentar a fidelidade do segurado, o Grupo Bradesco Seguros lançou mais um serviço com benefícios



Eduardo Menezes, superintendente executivo de Regulação de Sinistros

a seus milhões de clientes. É o Clube de Vantagens Bradesco Seguros, um grande portal de descontos que engloba mais de 250 empresas, totalizando 946 estabelecimentos em todo o País; isto é, mais de cinco vezes aquilo que oferecem, na média, os principais concorrentes do mercado segurador. Além das vantagens do Clube, os clientes que possuem o Bradesco Seguro Auto contam com descontos especiais de até



José Milton Sampaio, superintendente executivo de Operações

30% nos estacionamentos das redes gEpark e MultiPark.

Outras parcerias são muito relevantes para garantir a proteção ao segurado, tanto para ampliar as conveniências como para dar solução aos sinistros. O Grupo tem cerca de 1.700 oficinas parceiras e uma rede de serviços estruturada pela Europ Assistência para atender os seus 1,6 milhão de clientes no Brasil.

Grupo segurador já enviou para reciclagem o equivalente a 7.600 veículos

O GRUPO BRADESCO SEGUROS é pioneiro no mercado segurador nacional a dar uma destinação sustentável aos milhares de toneladas de peças retiradas de veículos segurados danificados em acidentes. Criado em 2009, o Programa Auto Reciclagem reciclou mais de 7,6 mil toneladas de peças resultantes dos reparos de carros, caminhonetes, caminhões e motocicletas, danificados em acidentes com segurados e terceiros. É o equivalente a uma frota de aproximadamente 7,6

mil carros de pequeno porte. Somente em 2013, foram encaminhadas à reciclagem 1,9 mil toneladas de material. Todas essas peças são doadas às empresas de reciclagem.

O Grupo só firma parceiras com oficinas e empresas recicladoras devidamente credenciadas pelas autoridades governamentais na área de meio ambiente. “Nosso objetivo é dar uma correta destinação para esses materiais e produzir o mínimo impacto ao meio ambiente. O programa também gera renda para os catadores, recicladores e para as próprias siderúrgicas e indústrias afins, que economizam energia ao receberem esses materiais já separados para reciclagem”, afirma Tarcísio Godoy, Diretor Geral de Auto/RE.



FOTO: CASA DA FOTO

Patrimônio segurado garante mais tranquilidade

O potencial de crescimento apontado por Tarcísio Godoy pode ser confirmado em diversos segmentos desse mercado. Um exemplo é o seguro residencial. Atualmente, estima-se que menos de 10% dos domicílios no Brasil estejam segurados. De olho nas oportunidades de negócios, o Grupo Bradesco Seguros, que detém mais de 1,8 milhão de residências seguradas em todo o Brasil – e a liderança do mercado brasileiro nesse segmento –, vem investindo na criação de produtos bastante diversificados. Esse investimento levou o seguro residencial da Bradesco Seguros a ser considerado em 2013, pelo quarto ano consecutivo (2010, 2011 e 2012), a “Escolha Certa”, em levantamento realizado pela ProTeste – Associação Brasileira de Defesa do Consumidor.

Para aumentar o portfólio de produtos que atendem ao mercado imo-

biliário, outro produto que passou a integrar a grande cesta do Grupo é o Bradesco Seguro Fiança Locatícia. Trata-se de um seguro que garante ao segurado (locador) o ressarcimento pelo não cumprimento de um contrato de locação por parte do inquilino. Significa segurança para o proprietário, facilidade para a imobiliária e alívio para o inquilino, que não precisará mais se preocupar com a busca pelo fiador. Para os corretores, mais uma oportunidade de venda.

Já no segmento patrimonial empresarial, segundo Godoy há no País cerca de cinco milhões de estabelecimentos de médio e pequeno porte que ainda não possuem nenhum tipo de seguro. “Diante dessa realidade e da constatação de que o pequeno ou médio empresário costuma colocar todas as suas economias em seu negócio, o Grupo Bradesco Seguros oferece um leque de produtos com diferentes opções de cobertura para instalações e equipamentos”, destaca.

As coberturas podem abranger perdas ou danos materiais causados aos bens segurados, que pode ser para um único local ou para todos os endereços utilizados pelo segurado. A apólice disponibiliza ainda Relatório de Inspeção de Risco, sem custo adicional, onde constam informações importantes que poderão contribuir no direcionamento de investimentos do segurado para melhoria da qualidade do Risco – refletindo diretamente na composição do custo final do seguro. O Grupo oferece produtos garantindo os riscos de incêndio, queda de raio, vendaval, danos elétricos, responsabilidade civil, dentre outros riscos, que podem ser amparados nas apólices de seguro.

As empresas de construção podem também contratar o Bradesco Seguros Riscos de Engenharia, que garante todo tipo de obra civil durante o período da construção, abrangendo também máquinas e equipamentos contra riscos de incêndio, ala-



Saint-Clair Pereira Lima, diretor técnico Atuarial

gamento, erro de projeto, responsabilidade civil do construtor dentre outros.

Godoy acrescenta: “Mesmo com todas essas ações, é muito importante acompanhar a evolução das mudanças regulatórias.” Como exemplo, cita as alterações em curso e previstas para os ramos do seguro de transportes e agrícola. Com essa expectativa, o Grupo Segurador planeja dinamizar sua atuação no segmento de transportes, aquele que protege a carga contra os mais diversos tipos de riscos. Esses produtos incluem atendimento especial e coberturas formatadas segundo padrões internacionais.

Terceiro maior exportador agrícola do mundo, o Brasil vem consolidando a cultura do seguro rural. Um dos produtos mais negociados é o Bradesco Seguro Equipamentos, que prevê indenização por perdas ou danos materiais causados aos equipamentos agrícolas por acidentes de causa externa, inclusive roubo ou furto qualificado. A expansão de mais de 15% das vendas do seguro para máquinas e equipamentos agrícolas em 2013, somada ao crescimento acumulado de 80% entre 2010 e 2012, deixa o executivo do Grupo Bradesco Seguros otimista. “O agricultor convive desde sempre com diversos riscos e tem cada dia mais confiado às seguradoras a proteção necessária para que, numa eventualidade, seu patrimônio seja preservado”, finaliza Tarcísio Godoy.

Bradesco Auto Center: atendimento por excelência

O GRUPO BRADESCO SEGUROS conta com unidades do BAC em Belo Horizonte/MG, Brasília/DF, Campinas/SP, Caxias do Sul/RS, Curitiba/PR, Cuiabá/MT, Goiânia/GO, Joinville/SC, Fortaleza/CE, Maceió/AL, Natal/RN, Osasco/SP, Porto Alegre/RS, Recife/PE, Ribeirão Preto/SP, Rio de Janeiro/RJ (Botafogo e Barra da Tijuca), Santo André/SP, Salvador/BA, Vitória/ES e São Paulo/SP – Indianá-

polis, Ipiranga, Lapa, Santana, Santo Amaro, São Miguel e Tatuapé. Todos os serviços podem ser feitos com hora marcada, por meio de agendamento. É só acessar www.bradescoautocenter.com.br ou ligar para a Central de Relacionamento: 4004-2757 (capitais e regiões metropolitanas) ou 0800-701-2757 (demais localidades). Toda a rede do BAC atende de segunda a sexta-feira, das 8h às 18h.



FOTO: CASA DA FOTO

O recorde dele é difícil de bater.
Nosso preço, também.

César Cielo, recordista mundial dos
50 metros livres de natação, com 20:01.

Não deixe de apresentar a cotação do HDI Auto.
O seguro que só não é superior no preço.

HDI
Seguros
É de bom-preço.

www.hdi.com.br

www.hdi.com.br



Estudo do Lloyd's alerta para as mudanças climáticas

Falta de avaliação de riscos pode refletir nos segmentos de seguros e resseguros

Enchentes, ondas de calor, geadas, chuvas e ventos intensos, elevação do nível do mar, secas prolongadas, furacões, ciclones, tsunamis... A frequência dos eventos climáticos extremos aumentou, tanto em termos de quantidade quanto de intensidade. Isso passou a ser observado de modo mais nítido a partir da segunda metade do século 20. Mas esses eventos extremos e sua relação com as mudanças climáticas globais não foram, até agora, totalmente estudados pela comunidade científica brasileira e a atenuação dos efeitos das mudanças climáticas globais e a adaptação a estas são os maiores desafios da humanidade neste início de século. Com o ob-

jetivo de motivar novos estudos sobre esse assunto e conscientizar a sociedade sobre os riscos dos eventos climáticos extremos no Brasil, o Lloyd's e a Fundação Brasileira para o Desenvolvimento Sustentável (FBDS) estabeleceram uma parceria que resultou na publicação do relatório "Modelos de Catástrofes e Mudanças Climáticas".

O estudo ressalta que as modificações ocorridas no clima - como o aumento no nível dos mares e da temperatura nos modelos usados para medir e precificar esses riscos - podem afetar de forma extrema possíveis eventos, que, posteriormente, teriam impacto sobre os seguros a serem negociados no mercado. O aumento de 20 centí-

metros no nível do mar, causado pelo furacão Sandy, em 2012, aumentou a porcentagem de perdas em 30%, somente em Nova York. O relatório também constata que a frequência de fenômenos climáticos anormais na maioria das regiões do mundo, incluindo Europa, América do Norte, Ásia e Austrália, aumentou.

As enchentes causam enormes desastres econômicos, tanto para pessoas e companhias não seguradas, quanto para pessoas e companhias seguradas e empresas seguradoras. Além disso, as enchentes tiram um grande número de vidas humanas. Por sua vez, a seca pode comprometer cidades inteiras quanto ao fornecimento de eletricidade.



Marco Castro: “compreender os riscos permitirá na tomada de decisões”

dade, gerada por fontes alimentadas por água da chuva, o que pode causar grandes prejuízos econômicos. Episódios de falta de água podem causar graves problemas para a sociedade, além de grande êxodo de populações de regiões inteiras.

Segundo John Nelson, chairman do Lloyd’s, a mudança climática é uma realidade e a maioria das pesquisas científicas conclui que tais mudanças são ocasionadas pela atividade humana. Os modelos de catástrofe existentes são usados principalmente pelo setor de seguros e resseguros, mas também em outras indústrias para quantificar nossa compreensão da natureza e prever o impacto das condições meteorológicas. “Precisamos ser capazes de modelar e entender melhor esses eventos para atenuarmos os impactos que as alterações climáticas têm sobre as sociedades e os negócios”.

O diretor presidente do Lloyd’s Brasil Marco Antonio de Simas Castro salienta que o relatório conclui que, ao contrário do aquecimento em larga escala observado, algumas regiões do mundo estão vendo mudanças que indicam episódios de resfriamento local. Essas regiões incluem partes da América do Sul. “A diferença na tendência global parece estar ligada a

temperaturas máximas que estão conectados com as mudanças no ciclo da água e interações terra-atmosfera, assim como a variabilidade de longo prazo no Atlântico e no Pacífico. Esta mudança não diminui a necessidade de compreender melhor as mudanças climáticas”, enfatiza.

Mas como o setor de seguros no Brasil deve se preparar para “enfrentar” possíveis mudanças de temperatura? A chave, na visão de Marco Castro, é ser capaz de melhor compreender e avaliar o risco, para que se possa trabalhar com outras indústrias e órgãos, tais como governos e a construção civil

a fim de mitigar os efeitos da mudança climática. “Isso inclui melhor combate às inundações, planejamento, regulação e padrões de construção habitacional. Em última análise, o Lloyd’s e a indústria, em geral, precificam com base nos riscos; os preços devem refletir com precisão os riscos”, salienta, acrescentando que o relatório destaca que a preparação para todos os países, incluindo o Brasil, começa com a compreensão dos riscos através de uma melhor modelagem de catástrofes. Isso vai permitir um melhor planejamento, políticas e medidas de mitigação a serem tomadas.

* O relatório pode ser encontrado em www.lloyds.com/catmodelling



Brasilcap investe em responsabilidade socioambiental

Companhia promove educação infantil por meio da música



Projeto Som da Vila: a música como meio de educação

Desde a fundação da companhia, em 1995, a Brasilcap incorporou os princípios de responsabilidade socioambiental em suas práticas de negócios e administrativa. De lá pra cá, tem buscado disseminar e desenvolver esses conceitos entre funcionários, colaboradores e os demais públicos de relacionamento da empresa: sócios, clientes, fornecedores, Governo e sociedade. Em 2013, os recursos investidos no estímulo a projetos sociais ultrapassaram os R\$ 7 milhões.

A adoção do Código de Ética do Mercado Segurador, a criação de um Código de Ética próprio, a adesão ao Instituto Ethos e a criação de uma área com foco em RSA também são iniciativas que refletem os esforços da empresa na direção de tornar-se referência em responsabilidade socioambiental no setor.

“Aplicamos um conceito mais abrangente de sustentabilidade em

nosso dia a dia. Seja por meio de patrocínios culturais de relevância, seja pelo apoio a projetos de responsabilidade socioambiental, ou até mesmo pela educação financeira proporcionada por nossos produtos, temos buscado caminhos para ajudar no desenvolvimento do País”, salienta Marcio Lobão, presidente da companhia.

A Brasilcap doou ao Projeto Som da Vila diversos instrumentos e equipamentos musicais fundamentais para seu desempenho. O projeto promove a educação infantil por meio da música para famílias de baixa renda de São João de Meriti (RJ). A companhia também investe na proteção dos recursos naturais brasileiros, principalmente na preservação da água. Em 2013, a companhia investiu R\$ 5,5 milhões em diferentes iniciativas que têm como foco o cuidado com os recursos hídricos, em projetos também capitaneados pela Fundação Banco do Brasil (FBB).

SEGURO AMBIENTAL

AIG participa da 1ª Reunião do Comitê de Meio Ambiente da Britcham

A AIG Brasil esteve presente na 1ª Reunião do Comitê de Meio Ambiente da Britcham, sobre as inovações da Lei nº 13.577 do Estado de São Paulo, que trata do gerenciamento de áreas contaminadas. O evento aconteceu no dia 7 de maio, no Centro Brasileiro Britânico, em São Paulo.

O foco da discussão do Comitê foi a regulamentação da nova Lei e as inovações por esta apresentadas, como a obrigação do responsável legal pela área contaminada de apresentar garantias bancárias ou seguro ambiental, com o objetivo de assegurar que o Plano de Remediação proposto seja implantado em sua totalidade e nos prazos estabelecidos. No evento, a AIG apresentou seus produtos de Seguro Ambiental para Transportes e Ambiental Infra, soluções para apoiar as empresas a agir em conformidade com a Lei.



Leonardo Fantini, gerente de Marine para AIG América Latina, e Nicolás Silva, subscritor de Transportes da AIG

GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO SEGUROS E PREVIDÊNCIA



A melhor graduação para o mercado de seguros é muito mais que um detalhe no seu currículo.



Um curso superior completo, de alto nível, com disciplinas avançadas de seguros e previdência, reconhecido e valorizado pelo mercado de trabalho, vai abrir muitas portas para você. Ao se formar, receberá um diploma de bacharelado em Administração + uma sólida base de conhecimentos em seguros e previdência. Faça mais pelo seu futuro: seja um profissional qualificado para atuar em qualquer segmento de um mercado que está prestes a crescer. A Graduação em Seguros e Previdência por você.

Seu curso tem 60 vagas por semestre, em cada unidade - comece agora mesmo a se...

NOVA FORMA DE INGRESSO: ACESSSE O SITE E AGENDE SUA REDAÇÃO E ENTRE VISTA.

www.esns.org.br/processoseletivo

Rio de Janeiro - Campo - Tel: (21) 3363-1041 | Ilho Paqueta - Gradado - Tel: (11) 3062-3065



ESCOLA NACIONAL DE SEGUROS E PREVIDÊNCIA



QUAL O MELHOR MOMENTO PARA CONTRATAR COLABORADORES?

O ideal é que não contratemos colaboradores somente quando estivermos precisando, pois quando fazemos assim, acabamos por contratar alguém sem muito critério em função da pressão da necessidade, acarretando em contratações equivocadas. O mais interessante é sempre estar de olho em novos talentos e construir uma política de recrutamento constante. Os novatos podem ir executando funções secundárias e quando a empresa precisar de alguém numa função mais importante, já terá o colaborador “feito em casa” pronto para assumir a vaga.

É algo semelhante ao que os clubes de futebol fazem quando promovem ao elenco do time profissional jogadores das categorias de base.

O maior patrimônio das empresas de Seguros são os profissionais que prestam serviços de atendimento, backoffice, vendas etc. O sucesso dessas empresas está diretamente ligado à qualidade e a capacitação de seus colaboradores.

Pense nisso!

Peça Chave Seguros - O ELO ENTRE QUEM PROCURA COLABORADORES E QUEM BUSCA OPORTUNIDADE DE TRABALHO NO MERCADO DE SEGUROS.

Está precisando contratar? Está buscando uma recolocação e não está trabalhando em nenhuma empresa do Mercado de Seguros? Entre em contato conosco.

Tel.:(11) 3662-0756

www.pecachaveseguros.com.br
rh@pecachaveseguros.com.br

TEMPO ASSIST LANÇA PROGRAMA DE SUSTENTABILIDADE

A fim de auxiliar crianças e jovens carentes por meio de doações, patrocínio e trabalho voluntário e promover ações voltadas à preservação do meio ambiente, o grupo Tempo Assist, acaba de criar o programa Tempo Sustentável. A primeira ação ocorreu durante a Páscoa, em que foram entregues ovos de chocolate para as crianças do Centro de Reabilitação Amigos do Marinho (CRIAM), entidade filantrópica que atende crianças de zero a seis anos de idade com necessidades especiais, localizada em Osasco, na Grande São Paulo.

“Investimos na criação de um programa que torna as ações filantrópicas da empresa e de seus colaboradores

mais frequentes e auxiliam um número cada vez maior de pessoas”, diz Marcos Aurélio Couto, presidente da Tempo Assist, uma das principais companhias do País na prestação de serviços de assistências especializadas, home care e soluções em saúde.

O executivo destaca ainda que a empresa sempre esteve engajada em desenvolver e participar de ações sociais e já realizou doações de produtos de limpeza, computadores, móveis e alimentos anteriormente. “Com o crescimento da Tempo Assist, surgiu a possibilidade de criar um projeto mais bem estruturado, em que a prioridade absoluta é o bem estar social e a preservação do meio ambiente”.



Crianças do CRIAM em festa com a presença de atriz caracterizada de coelha

S.R.A.

SISTEMA DE REPARO DE ARRANHÕES

Ⓢ RÁPIDO E PRÁTICO.

🚗 SEM NECESSIDADE DA PINTURA CONVENCIONAL.

🔧 TECNOLOGIA EXCLUSIVA DA AUTOGLASS.



SOLUÇÃO EM VIDROS E PNEUS AUTOMOTIVOS

Quer saber mais?

0800 721 7055
www.autoglass.com.br

A importância da educação financeira

4ª Conferência de Proteção do Consumidor de Seguros reúne agentes do setor



Solange Beatriz: "a educação financeira é indispensável"

A Educação Financeira foi o tema principal durante a quarta edição da Conferência de Proteção do Consumidor de Seguros, realizada nos dias 6 e 7 de maio, em São Paulo. O encontro, promovido pela CNseg e pela Escola Nacional de Seguros, reuniu agentes do setor, representantes do Governo, de entidades de proteção e defesa do consumidor e da sociedade civil.

O evento também abordou questões como as políticas públicas de proteção ao consumidor do mercado de seguros; a experiência das ouvidorias na resolução de conflitos; lições e práticas internacionais de educação financeira com foco em seguros; boas práticas para vendas de seguros em organizações varejistas; e as tendências globais de promoção do acesso ao seguro e reflexos no mercado brasileiro.

"Precisamos envolver a sociedade em geral e promover ferramentas de inclusão social que incentivem tomadas de decisão conscientes por parte dos consumidores. A educação financeira também é indispensável à efetiva proteção do consumidor de seguros", ressalta Solange Beatriz Paheiro Mendes, diretora executiva da CNseg.

Consumidor de seguro deve saber o que compra

O Código de Defesa do Consumidor (CDC) vai passar por transformações, o que deve alterar as relações de consumo. As mudanças estão previstas em nos Projetos de Lei do Senado Federal - PLS 281, que dispõe sobre o comércio eletrônico e PLS 283, que normatiza o superendividamento -, que ampliam os direitos dos consumidores. Mas como a atualização do CDC pode afetar o seguro?

Na visão de Angélica Carlini, advogada especialista em direito do consumidor e presidente da Associação Internacional de Direito de Seguro (AIDA Brasil), que foi convidada pela diretoria do CVG-SP, para um almoço no dia 20 de maio, no Terraço Itália, o setor deve mudar seu relacionamento com o consumidor. "Precisamos criar caminhos para que o consumidor entenda ser membro de uma mutualidade. Fazer de uma forma tal que o consumidor passe a gostar de contratar seguro", disse.

Segundo Angélica, não vai mais adiantar as seguradoras alegarem que o consumidor deveria ter lido o manual do segurado. "Ele tem de ler, mas precisamos criar outras maneiras para que ele queira ler", explicou. Na visão da advogada, existem milhões de formas criativas de informar e interagir com o consumidor, como filmes, novelas, histórias em quadrinhos, games e até concursos.

Nenhum outro mercado, em sua opinião, tem mais condições de acentuar a cultura de proteção ao consumidor do que o de seguros. "Porque nenhum setor econômico conhece mais as tristezas, dores e mazelas humanas do que o nosso. Aliás, o que fazemos há mais de mil anos é reconstruir em parte a vida dessas pessoas e dizer que existe um amanhã. Portanto, não será difícil dar conta desses novos desafios", concluiu.



Angélica Carlini, Dilmo B. Moreira e Glória Faria

CSS-SP recebe novo presidente do Sincor-SP

Alexandre Camillo fala de sua gestão durante tradicional almoço do clube

O Clube dos Corretores de Seguros de São Paulo recebeu, em seu tradicional almoço mensal, cerca de 240 pessoas durante evento realizado no dia 13 de maio. Na ocasião, Alexandre Camillo presidente do Sincor-SP, destacou os principais objetivos de sua gestão à frente do sindicato.

Camillo salientou três pontos de ação respaldados no plano de gestão do Sincor: seguradores, reguladores e órgãos públicos. “O momento da indústria de seguros é ímpar. Há muito espaço para se desenvolver. Para ter uma perfeita e sinérgica indústria de seguros entre todos os seus atores”.

Ao falar da cadeia produtiva do setor, Camillo salientou a importância de cada um: “quero estar próximo de todos.



Alexandre Camillo e o mentor Adevaldo Calegari

O Clube é um celeiro de líderes e só a aliança dessas competências nos torna aptos a enfrentar desafios. Precisamos da experiência de todos para atendermos ao interesse geral”, acentuou.



Mauro César Batista, presidente reeleito do Sindseg-SP, ressaltou a importância do consumidor: “hoje, mais do que nunca, o consumidor sabe o que quer e por outro lado, estamos mais próximos dele. Que o Seguro cumpra seu papel para continuarmos a alavancar bons resultados”, disse.

Almoço marca posse de novos Diretores e Conselheiros na ANSP

Gestão eleita permanecerá até 2017

A Academia Nacional de Seguros e Previdência (ANSP) empossou, no dia 12 de maio, sua nova Diretoria e Conselheiros, em almoço no Iate Clube de Santos para evento restrito aos acadêmicos e imprensa. Na ocasião, também foi realizada a primeira reunião de diretoria com os novos eleitos. O presidente reeleito Mauro César Batista discorreu sobre o importante momento que a ANSP vivencia, após 20 anos da caminhada ascendente, desde a sua fundação. Falou o presidente da importância em trabalhar o aperfeiçoamento da Instituição do seguro; em todos os seus desdobramentos, por meio da pesquisa e, sobretudo do debate sem nenhuma outra preocupação que não seja de aperfeiçoar o seguro, fazendo que ele seja cada vez mais verdadeiro para todos. Falaram também os Diretores empossados, discorrendo sobre suas expectativas no que diz respeito a tudo que a ANSP pode realizar. “É uma honra estar à frente de uma instituição tão renomada e importante como a ANSP, e contando com nomes tão ilustres junto a

nós. Vamos continuar trabalhando para manter a qualidade e credibilidade que a Academia tem, sempre agregando importantes valores ao setor de seguros” afirmou Batista.



Nova diretoria da ANSP, com mandato até 2017

ENCONTRO DAS NOVAS GESTÕES DO SINCOR-SP E DA SUSEP COM A FENACOR

Evento revela objetivos comuns e foco no crescimento do seguro

Nomeado de “Bate-papo sobre o mercado de seguros”, um encontro histórico foi realizado no início de maio, em São Paulo, reunindo dirigentes do Sincor-SP, Fenacor, Susep e cerca de 300 pessoas. O evento teve como anfitrião o novo presidente do Sindicato, Alexandre Camillo e apresentou ao mercado de seguros de São Paulo o novo superintendente da Susep, Roberto Westenberger.

“O corretor de seguros integra uma cadeia que precisa estar em perfeita sinergia: categoria, órgão regulador e parceiros seguradores”.

O presidente da Fenacor e deputado federal, Armando Vergílio, reforçou que o Sincor-SP é o maior sindicato de corretores do País. “Vamos empreender as ações que contribuirão para o bem e o desenvolvimento dos corretores de seguros. Contem conosco”, disse.

Na ocasião, Roberto Westenberger divulgou o plano de gestão da autarquia sustentado por seis pilares: 1) valorização do servidor da Susep; 2) equilíbrio entre as entidades, empresas e profissionais do mercado de seguros; 3) modernização dos trâmites do órgão, baseando-se em gestão de



Evento reúne dirigentes do Sincor-SP, Fenacor e Susep

risco; 4) desenvolvimento do mercado e lançamento de produtos; 5) internacionalização do relacionamento da Susep com os órgãos congêneres mundiais; e 6) capacitação dos profissionais da cadeia produtiva do setor, como também do consumidor, para a promoção eficaz do seguro.

www.planetaseguro.com.br

Mais interativo e dinâmico

Destaque

Uma festa leva ao ar o mês Magenta por falta biotecnológica

BB e Magenta preparam planejamento e produções para o mês Magenta. A ação, que tem prejudicado as principais culturas de verão (café e milho), leva o Grupo Seguros Suro do Brasil e Magenta. **[Leia mais]**

London seduzirá o 5º Seminário Anual da IIS. O 5º Seminário Anual da International Insurance Society (IIS) acontecerá em Londres, de 22 a 23 de junho. **[Leia mais]**

MDI cria ferramenta de cotação para sites de seguradoras. A MDI Seguros disponibiliza ferramenta de cotação de seguro de automóvel que pode ser alocada em sites de seguradoras. **[Leia mais]**

Outras Notícias

- » MP&O se destaca entre as 25 PME's
- » Grupo BB e Magenta patrocinam peça "Canto de Sotoca" em Brasília
- » Ação Global em Realengo leva informações sobre Seguro DPVAT
- » Susep orienta corretoras e seguradoras supervisionadas sobre normativas
- » Sefaz/RS investiga Centro de Desenvolvimento Global no México
- » Assist Card Brasil registra o dólar em a Páscua
- » Seguro para Restaurantes também cobre acidentes
- » Curso para corretoras está com inscrição aberta para 47 localidades
- » Chubb Seguros patrocina 3ª Convenção Nacional Lojacom
- » CNO-SP realiza reunião com presidente da Fesabrevi

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

Acesse: www.planetaseguro.com.br

Mercado de seguros e as novas tecnologias

54% dos clientes de seguradoras já utilizam a internet para as suas necessidades

O perfil do novo consumidor e a sua relação com a tecnologia tem revolucionado a forma de interagir e fazer negócios entre empresas e clientes. No mercado de seguros, essa relação não é diferente. De acordo com a Forrester-Research, 54% dos clientes de seguradoras já utilizam a web para verificar o status de reclamações, renovar apólices e pesquisar sobre necessidades.

Como consequência, o modelo de negócios clássico, em que era necessária a visita ou uma atuação mais incisiva do corretor, vem sendo substituído por uma comunicação e transação em ambiente online. E ainda é preciso considerar a mobilidade, que tem previsão de crescer e dominar o mercado de serviços financeiros e digitais, visto que 93% das seguradoras já têm iniciativas nesse sentido. Porém, a mobilidade impõe novos e complexos desafios às empresas. Pesquisa revela que 15% dos usuários de dispositivos móveis demonstram interesse em registrar sinistros por essas plataformas.

Tendo em vista que o cliente está cada vez mais no comando das negociações, e valorizando a liberdade de escolha, torna-se imprescindível que as empresas priorizem a experiência online de seus clientes. Ainda de acordo com os estudos da ForresterResearch, 95% dos pesquisados da área de seguros classificaram a usabilidade como “muito importante” e dizem esperar que os websites do setor estejam disponíveis, no mínimo, em 99% do tempo.

Por isso, de nada adianta investir em produtos e serviços de qualidade, em planejamento estratégico de

marketing e até em site visualmente impecável se a empresa não for capaz de oferecer uma navegação acessível, ágil, flexível e intuitiva. Para se ter uma ideia, usuários esperam que o tempo rápido de resposta de sites e aplicativos móveis seja de três segundos ou menos. Para o mercado de seguros, 7,89 segundos é a média da indústria.

Segundo a executiva de negócios da Compuware APM Brasil, Délia Zefiro, é fato que se o cliente passar por uma experiência online complicada e lenta, isso lhe causará frustração e fará com que abandone completamente as aplicações difíceis e demoradas, tendendo a levar os negócios para um concorrente. “Atualmente, os funcionários de uma corretora passam 85% do tempo administrando seus negócios pela internet e quando não conseguem acessar os sistemas de seguradoras para fazer cotações ou obter informações de apólices dos segurados, as chances de procurarem outra seguradora para verem preços e cotações são grandes”, avalia.

Uma situação ainda pior para as empresas é ter as experiências negativas dos parceiros e clientes publicadas na internet ou nas mídias sociais. Isso



Délia Zefiro: empresas devem ser capazes de oferecer uma navegação acessível e ágil

pode afetar a marca, repercutindo em prejuízo imensurável. Para as seguradoras, adaptar-se a essa cultura digital tem trazido desafios, considerando a pluralidade de aplicações existentes, como a proliferação dos smartphones, tablets e dos diferentes navegadores, combinados às aplicações móveis nativas, computação em nuvem e à virtualização.

“Se por um lado, melhorar a experiência online dos corretores reduz os custos com centrais de atendimento, por outro, tem sido desafiador para as seguradoras administrarem o desempenho de aplicações web e não-web, visando otimizar a oferta e a visibilidade de seus serviços. E existe uma evidente complexidade na cadeia de entrega de aplicações de uma empresa de seguros, desde a sua organização até o corretor”, ressalta Délia.

No data center, por exemplo, há muitos pontos de conexão e áreas de possíveis falhas com o consumidor. Na internet, o corretor se depara com grande variedade de navegadores, sendo que cada um funciona de modo diferente dos outros. Por fim, o processamento em nuvem também afeta o desempenho das aplicações, uma vez que a disponibilidade não garante o desempenho.

Diante desses fatores, o trabalho de monitorar o desempenho das aplicações disponíveis na web ou encontrar e resolver problemas rapidamente pode se tornar uma tarefa árdua e custosa. Tecnologia para o monitoramento do desempenho das aplicações (APM), que já atende prontamente setores como comércio eletrônico e bancário, também é uma tendência para o mercado de seguros.

Isso porque a solução traz funcionalidades de monitoramento proativo e oferece visão completa e detalhada dos gargalos de acesso, antecipando falhas, monitorando as origens de tráfego e determinando o impacto que cada problema traz no negócio.

“Oferecer serviço em tempo integral, que funcione 24x7, em qualquer lugar, já não é suficiente para satisfazer o cliente. Diante da agilidade oferecida pela internet e a alta adoção dos dispositivos móveis pelo novo consumidor, o mercado de seguros também deve caminhar junto à tendência, proporcionando experiência positiva aos segurados e corretores, auxiliando na geração de fidelidade e altas taxas de conversão, a fim de contribuir com o crescimento do setor”, completa Délia.

MOBILIDADE NOS SETORES BANCÁRIO E DE SEGUROS

Similaridades e diferenças entre os segmentos bancário e de seguros com relação à próxima geração da mobilidade



Mobilidade vai crescer e dominar mercado de serviços financeiros digitais



97%
das bancas



93%
das seguradoras já têm uma iniciativa na área de mobilidade

Mobilidade impõe às empresas novos e complexos desafios



15%
dos usuários já fizeram depósito com plataformas móveis



15%
dos usuários demonstram interesse em registrar sinistros em plataformas móveis

Usuários esperam tempo rápido de resposta de sites e aplicativos móveis: 3 segundos ou menos



8,43
segundos é a média da indústria



7,98
segundos é a média da indústria

Mais de 65% dos usuários terão algum problema com a plataforma móvel no próximo ano



53
milhões de usuários



37
milhões de usuários

Não espere uma queda no site móvel ou uma péssima avaliação dos usuários para tomar providências



Os desafios do ano na área de mobilidade

LEIA E ASSISTA



Controle a complexidade do ambiente móvel sob a perspectiva do usuário

goo.gl/pcz1KN

goo.gl/Fm5w2u

Fontes dos dados: Mobile Commerce Daily (março de 2013), Consumers and Mobile Financial Services (Board of Federal Reserve, maio de 2013), Pesquisa EquilonResearch 2012, relatório Best of the Web Trends (Compuware, 2013), Insurance Networking News (setembro de 2013) e Mobilestatistics.com.



Lei nº 12.977 regula atividade de desmanche de veículos

A presidente Dilma Rousseff sancionou a lei do desmonte



A fim de combater roubos e furtos de automóveis, a presidente Dilma Rousseff sancionou a Lei do Desmonte, no dia 20 de maio, que regula a atividade de desmanche de veículos automotores no País. A Lei Federal 12.977 entrará em vigor daqui um ano. A expectativa do mercado de seguros é de que haja uma grande redução dos índices de roubos e furtos de veículos no país, além da possibilidade da criação de novos produtos voltados para veículos com mais de cinco anos.

O projeto é de autoria do deputado federal Armando Vergílio, presidente da Fenacor. “Cerca de 95% dos roubos e furtos de automóveis servem para abastecer o mercado ilegal de peças, que tem nos desmanches a sua grande fonte de matéria prima”, afirma Vergílio. “Se não houver mais uma demanda ilegal e sim um segmento regulado, fortemente fiscalizado pelo Estado, a segurança pública terá uma melhora sensível”.

Com a nova lei federal, a empresa de desmontagem deverá estar registrada no Departamento de Trânsito (Detran) de seu estado, ter inscrição nos órgãos fazendários e possuir alvará de funcionamento expedido pela autoridade local. Além disso, a lei prevê a criação de um banco de dados nacional de registro das peças que serão reutilizadas, conforme regulamentação do Conselho Nacional de Trânsito (Contran).

Para o diretor-executivo da Federação Nacional de Seguros Gerais (FenSeg), Neival Rodrigues Freitas, a nova regulamentação é um marco para o setor e beneficia a sociedade.

AIG lança primeiro seguro para Fusões & Aquisições do Brasil

Cliente escolhe as declarações e garantias específicas que integrarão a proteção do seguro

Empresas em processos de fusão, aquisição ou reestruturação, com valor de transação entre US\$ 20 milhões e US\$ 1 bilhão, podem contar agora com o novo seguro para Fusões & Aquisições (M&A) do Brasil da AIG, lançado no dia 15 de maio. O produto visa indenizar perdas financeiras resultantes de infração às garantias dadas pelo vendedor no contrato de aquisição. “Esta é uma excelente oportunidade para se trabalhar em uma área que cresce”, enfatiza Marco Antonio Pisani da AIG no Brasil.

O seguro de M&A - conhecido em grande escala nos Estados Unidos e na Europa, mas que ainda não estava disponível no Brasil - oferece diferentes formas de proteção às partes envolvidas, facilitando o processo de negociação e proporcionando soluções para potenciais riscos previstos em transações de fusões e aquisições que podem gerar prejuízos inesperados e perdas financeiras decorrentes de infrações às garantias dadas pelo vendedor no contrato de aquisição. “Uma operação de fusão e aquisição é considerada bem sucedida quando resulta em ganhos para as duas partes envolvidas: adquirente e adquirida. Uma das maneiras de garantir esse resultado é por meio do seguro M&A”, explica Lucas Scortecchi, gerente de Produtos Financeiros da AIG no Brasil.

Mas como saber qual o melhor momento para discutir a contratação desse tipo de seguro? Marco Pisani ressalta que o primeiro passo é entender o seguro como um elemento diferencial que faz parte da estratégia de compra ou venda no processo de negociação. “O produto se aplica, principalmente, às questões desconhecidas entre comprador e vendedor”, ressalta. “Haverá custos em qualquer que seja a opção de proteção escolhida para as declarações e garantias do contrato de compra e venda. A contratação do seguro pode resultar em uma engenharia financeira mais favorável a todos os envolvidos, sem necessariamente incluir uma nova saída de caixa,” afirma Mary Duffy, vice-presidente Global de Seguros de M&A.



Mary Duff, Jay Rittberg, Lucas Scortecchi e Javier Mercado

Zurich Seguros inicia operações com capitalização

Grupo lança novos produtos

A média de renda do brasileiro vem aumentando ao longo dos anos e este, por sua vez, investe em ações que antes não faziam parte de suas rotinas como previdência, seguros e capitalização. De janeiro a outubro de 2013, o mercado de Capitalização arrecadou mais de R\$ 17 bilhões e a projeção é de que o setor deve atingir R\$ 36 bi em 2016, de acordo com a Confederação Nacional das Empresas de Seguros Gerais, Previdência Privada e Vida, Saúde Suplementar e Capitalização (CNseg).

De olho nesse mercado, a Zurich Seguros, multinacional que já opera nos segmentos corporativo e individual de Vida e Previdência, em 2014 inicia suas operações com capitalização no Brasil, em uma ação em linha e respaldada pelo Grupo Zurich. A Zurich Brasil Capitalização tem capital de R\$ 21,8 milhões. “Com esta iniciativa, teremos produto próprio e incorporamos aos nossos serviços oferta exclusiva, com formato e vantagens altamente competitivos”, diz Richard Vinhosa, CEO de Vida & Previdência da Zurich Seguros e da Zurich Capitalização para o Brasil.

Inicialmente, a Zurich Brasil Capitalização ofertará Títulos de Capitalização nas modalidades Tradicional e de Incentivo com três produtos: Zurich Cap Mensal (produtos da modalidade Tradicional com pagamentos mensais), Zurich Cap Único (produtos da modalidade Tradicional com pagamentos únicos) e Zurich Cap Promo (produtos da modalidade Incentivo com pagamentos únicos).

Os produtos da Zurich Brasil Capitalização serão distribuídos pelos canais como Bancos, Varejo, Associações e na modalidade corporativa. Inicialmente, os produtos poderão ser contratados através das parcerias que a companhia irá firmar, e num segundo momento está previsto um canal para distribuição direta.



Richard Vinhosa: “a capitalização vem como mais uma opção de produto financeiro”.

TOKIO MARINE LANÇA SEGURO PARA CLÍNICAS E CONSULTÓRIOS

Companhia pretende dobrar sua participação no segmento de Pequenas e Médias Empresas

O segmento de Pequenas e Médias empresas no Brasil, responsável por 20% do Produto Interno Bruto (PIB) e que gera 15 milhões de postos de trabalho, conta agora com o seguro para Clínicas e Consultórios Médicos e Odontológicos da Tokio Marine Seguradora. Com o produto, que faz parte do portfólio da carteira Empresarial, a Companhia disponibiliza opções de cobertura exclusivas para seus Clientes a partir do dia 25 de fevereiro.

“Em nossas pesquisas sobre o setor, verificamos que apenas 30% das pequenas empresas têm Seguro Empresarial no Brasil. Identificamos aí um mercado bastante vasto para o aumento da penetração do seguro no País e estamos focados em oferecer as melhores soluções para este público. A partir de pesquisas com corretores e clientes, criamos um produto com coberturas exclusivas para atender Clínicas e Consultórios, que também conta com um dos mais completos serviços de assistência 24 horas do mercado”, explica Felipe Smith, diretor executivo Técnico Corporate.

Os grandes diferenciais do produto, segundo a empresa, em relação aos existentes no mercado são coberturas exclusivas, tais como: orientação jurídica em caso de reclamação de clientes quanto a erros e omissões na prestação dos serviços médicos; despesas médico-hospitalares para funcionários em caso de acidente e cobertura para objetos portáteis que incluem tablets, notebooks e ainda todos os instrumentos de uso profissional.

Para facilitar a vida do corretor, o produto está disponível para cálculo e contratação no portal na Web. Em cada cotação, a Tokio Marine oferece quatro opções de planos. As coberturas e valores oferecidos nos planos foram elaborados a partir de estudos realizados pela seguradora na carteira e em pesquisas com Corretores e Assessorias.



Felipe Smith: “as melhores soluções para este público”



A PERFORMANCE DO SEGMENTO DE SEGUROS NO BRASIL

O mercado de seguros brasileiro vive um momento especial de sua história, sustentando, ano após ano, taxas de crescimento acima de dois dígitos. De acordo com projeções elaboradas pela Confederação Nacional das Empresas de Seguros (CNseg) para o período de 2013 a 2016, o Brasil terá sua economia oscilando entre um desenvolvimento fraco e moderado, com o PIB crescendo em torno de 2% em 2013 a 3,5% em 2016. A Confederação considera que os investimentos em infraestrutura serão crescentes no período, e as atividades de engenharia de obras, serviços e turismo serão favorecidas com os eventos de 2014 e 2016.

O mercado de seguros se desenvolverá no período com taxas de crescimento superiores a média da economia, notadamente nos seguros ligados aos riscos patrimoniais referentes aos seguros de riscos de engenharia, compreensivo empresarial, riscos nomeados/operacionais e transportes e ao turismo e de crédito pessoal.

Nesta edição, a revista **Seguro Total**, faz um resumo da performance do segmento no Brasil no ano passado apresentando os balanços das atividades e resultados obtidos por empresas renomadas voltadas ao mercado de seguros.

CAPITALIZAÇÃO CRESCER 10,2% NO PRIMEIRO TRIMESTRE



Marco Antonio Barros: "faturamento deve crescer em 23%"

A Federação Nacional de Capitalização (FenaCap) divulgou os resultados do setor no primeiro trimestre de 2014. No período foram distribuídos mais de R\$ 276 milhões em prêmios e cerca de R\$ 3,5 bilhões foram resgatados pelos clientes. O que representa um crescimento de 25,1% e 26,1%, respectivamente.

O volume total de provisões técnicas alcançou o montante de R\$ 27 bilhões. O que representou um crescimento de 16,6%. Esse é o valor total garantido por aplicações financeiras, e que será futuramente devolvido aos clientes. Em relação ao mesmo período do ano passado, o faturamento dos três primeiros meses do ano foi da ordem de R\$ 4,9 bilhões, um crescimento de 10,2% em relação ao mesmo período do ano passado.

Em 2013, o segmento atingiu 34 milhões de clientes e até o final de 2014 espera ampliar em 23% o faturamento. "As sociedades de capitalização têm procurado inovar e explorar nichos específicos de mercado, a exemplo dos títulos de capitalização utilizados como garantia de aluguel, tanto comerciais quanto residenciais, em substituição à fiança de terceiros. Outra modalidade que vem experimentando um cresci-

mento acentuado é a de Incentivo, voltada para o segmento corporativo, por meio da qual qualquer empresa pode realizar, por exemplo, campanhas de fidelização e promoção de vendas", analisa Marco Antonio Barros, presidente da FenaCap.

ALLIANZ Foca em Crescimento na América Latina



Helga Jung: fortalecimento do mercado latinoamericano

A Allianz registrou bons resultados na América Latina em 2013, embora o crescimento econômico na região tenha ficado abaixo das expectativas. "2013 foi o ano mais difícil para o crescimento econômico na América Latina desde o início da crise financeira. Ainda assim, a Allianz na América Latina demonstrou, mais uma vez, que está bem posicionada para fortalecer seu negócio," disse Helga Jung, membro do Conselho de Administração da Allianz SE, Fusões e Aquisições (M&A), Participações, Jurídico e de Compliance na Península Ibérica e América Latina.

O total das receitas na América Latina em 2013 totalizou €2,68 bilhões. O lucro operacional foi de €141 milhões, registrando um aumento de 4,2% em relação aos €136 milhões, apurados em 2012, apesar dos efeitos adversos no câmbio. Excluindo-se os efeitos cambiais, o crescimento atingiu 15,2 %.

"Em 2013, registramos um sólido crescimento em nossas empresas latinoamericanas. Com a nossa plataforma de negócios IberoLatAm, as operações vão transcórrer de modo mais eficiente," declarou Helga. "Isso irá nos ajudar a fortalecer ainda mais a nossa posição de mercado nestas regiões."

BERKLEY BRASIL: DESEMPENHO MAIOR QUE A MÉDIA



Robert Hufnagel: "desempenho foi superior à média em 2013"

A Berkley Brasil atingiu crescimento de 27% em 2013, quando registrou faturamento na ordem de R\$ 127.458 milhões. Segundo Robert Hufnagel, vice-presidente da Berkley o desempenho foi superior à média registrada pelo mercado no período, lembrando que a seguradora iniciou sua operação em 2006, como uma empresa monolinha para Garantia e, ao longo dos últimos oito anos, tem agregado novos produtos em seu portfólio.

O maior incremento foi no segundo semestre de 2013 e, em sintonia com sua estratégia de pequenos e médios negócios, o melhor resultado foi na área de Garantia tradicional (44%), seguido pela Carteira de Engenharia (19%), Transportes (15%) e o restante pelos demais produtos da área de Responsabilidade Civil, lançados em meados de 2013.

Um dos pontos fortes da performance financeira no último ano foi o lançamento dos produtos da linha Casualty, que contempla Responsabilidade Civil Geral (RCG), RC Profissional (E&O) e D&O (Directors and Officers), bem como o desempenho positivo dos investimentos na regionalização da seguradora, com aumento de 37,4% nas operações. “A companhia conta com especialistas nos produtos operados, em cada região, descentralizando, desta forma, o atendimento ao corretor, o que proporciona agilidade no processo e uma maior expertise nos riscos de cada filial”, ressalta Hufnagel.

BRDESCO SEGUROS ATINGE MARCA EXPRESSIVA



Marco Antonio Rossi: “ainda há muito a crescer”

O faturamento do Grupo Bradesco Seguros em 2013 atingiu a expressiva marca de R\$ 50 bilhões, com crescimento de 12,3% sobre 2012. Esse valor equivale à soma dos prêmios dos mercados de seguros de Argentina, Peru e Equador em 2012. Os ativos financeiros atingiram R\$ 146 bilhões, equivalentes a cerca de 30% do total administrado pelo mercado de seguros brasileiro.

Merecem destaque os segmentos de Saúde e Capitalização do Grupo, que registraram evolução de 21,8% e 21%, respectivamente. O lucro líquido no

exercício totalizou R\$ 3,7 bilhões, com aumento de 4,3% em relação ao apurado em 2012. De acordo com Marco Antonio Rossi, presidente do Grupo Bradesco Seguros, além da expansão do faturamento, o desempenho pode ser atribuído à melhora do resultado financeiro e patrimonial e à manutenção dos Índices de Sinistralidade e de Eficiência Administrativa.

Rossi salienta que a massificação tem sido o principal modelo estratégico do Grupo para fomentar o desenvolvimento da cultura do seguro e ampliar o espaço desse produto no Brasil, com a inclusão de novos consumidores. “Atualmente, mais de 40% dos clientes do Grupo pertencem à emergente Classe C. Um exemplo da boa aceitação dessa estratégia é a penetração do produto ‘Primeira Proteção Bradesco’, seguro de vida com valor mensal a partir de R\$ 3,50”, destaca. “Apesar do bom desempenho apresentado em 2013, ainda há muito a crescer e oferecer à sociedade brasileira, em termos de produtos e serviços para proteger sua vida, seu futuro e seu patrimônio”, finaliza.

BRASILCAP FECHA 2013 COM 62% DE CRESCIMENTO

A Brasilcap, empresa do mercado de capitalização, fechou 2013 com um crescimento de 62% no faturamento em relação a 2012, atingindo a marca de R\$ 6,3 bilhões. O crescimento superou a média do mercado. Somente em junho, a companhia faturou R\$ 1 bilhão, recorde histórico em períodos mensais. Na liderança pelo 17º ano consecutivo, a companhia registrou lucro líquido de R\$ 132 milhões. Nas reservas técnicas, a Brasilcap registrou R\$ 9,5 bilhões, uma alta de 47% em relação ao ano anterior. Já o valor dos ativos totais alcançou R\$ 10,4 bilhões, crescendo 43%.

“A primeira colocação da Brasilcap demonstra que o consumidor brasileiro prioriza a inovação ao buscar um



Márcio Lobão: “o consumidor brasileiro prioriza a inovação”

título de capitalização. Somos a companhia que mais traz novidades e os números demonstram isso”, Márcio Lobão, presidente da Brasilcap.

Outro grande destaque do ano foi a expressiva distribuição de prêmios, a maior em seus 18 anos de história. Foram R\$ 149 milhões distribuídos para 31,2 mil títulos em todo o País. O valor ultrapassa em 34% o número de 2012. São Paulo liderou os valores das premiações entre os Estados, com R\$ 18,5 milhões. Os paulistas foram seguidos pelo Rio Grande do Sul (R\$ 16 milhões), Minas Gerais (R\$ 13,9 milhões), Distrito Federal (R\$ 11,1 milhões) e pelo Rio de Janeiro (R\$ 10,2 milhões).

CAIXA SEGUROS LUCRA 1,4 BILHÃO EM 2013

O Grupo Caixa Seguros apresentou, em 2013, lucro líquido de R\$ 1,4 bilhão (o maior de sua história), com aumento de 16% em relação ao ano anterior. A companhia – que atua nas áreas de seguros, previdência, capitalização, consórcios e saúde – fechou o exercício passado com faturamento de R\$ 9,3 bilhões. “O resultado de 2013 consolida nossa trajetória de crescimento sólido e sustentável”, afirma o presidente do Grupo, Thierry Claudon.



Thierry Claudon: "crescimento sólido e sustentável"

Em 2013, a empresa se destacou por ser a única do setor a oferecer microsseguros e a trabalhar planos de previdência exclusivos para mulheres. "Os consumidores de produtos financeiros estão cada vez mais exigentes. É preciso pensar em todos os segmentos", diz Claudon. "No caso dos microsseguros, o produto responde a uma demanda dos consumidores e tem importante função de inclusão financeira", avalia.

O ano de 2013 também marcou movimentos de expansão do Grupo Caixa Seguros, que adquiriu a Previsul (companhia de seguros focada na região Sul do Brasil) e a Tempo Dental (empresa que atua no ramo de seguros odontológicos em todo território nacional).

CAPEMISA COMEMORA RECORDES NO BALANÇO DE 2013

A Capemisa Seguradora fechou o ano de 2013 com excelente desempenho nas atividades de Seguros e Previdência Complementar, com o patrimônio líquido em R\$ 761 milhões. A receita das contribuições em previdência, por sua vez, foi de R\$ 243 milhões, enquanto as provisões técnicas ficaram na casa dos R\$ 896 milhões. Em seguros, o faturamento com prêmios

cresceu 29%, muito acima da média de mercado. Os prêmios emitidos atingiram R\$ 176 milhões. O resultado dos recursos garantidores demonstra a capacidade financeira de cobertura das reservas técnicas: R\$ 1 bilhão.

A capitalização também foi um dos principais destaques de 2013, melhorando ainda mais a posição econômica do Grupo. Com a incorporação da APLUB, uma das líderes em capitalização no País, a receita de Seguro, Previdência e Capitalização ficou em R\$ 1,7 bilhão, os ativos em R\$ 2,7 bilhões e o lucro líquido em R\$ 83 milhões.

"Nossos resultados em 2013 demonstram que estamos na direção certa. A incorporação da APLUB e a reformulação completa do nosso sistema de tecnologia da informação foram passos importantes para decolarmos ainda mais nesse ano", afirma José Augusto Tatagiba, presidente da companhia.



José Augusto Tatagiba: "estamos na direção certa"

GENERALI GROUP TEM AUMENTO DE 96% NO BRASIL

O Generali Group registrou o melhor resultado operacional em seis anos e cresceu 5,3% em 2013, fechando com lucro de €4,2 bilhões. Segundo a empresa, os números foram impulsionados pela melhoria dos resultados



José Ribeiro: "nossos números refletem nossos resultados"

operacionais no seguro de Vida e nas Linhas Corporativas Patrimoniais (P&C). A receita de prêmios ficou estável em 66 bilhões de euros e o lucro líquido chegou a €1.915 bilhão (US\$ 2,66 bilhões).

"2013 foi um ano fundamental para a recuperação da Generali. Pela primeira vez, depois de muitos anos, o resultado líquido deriva inteiramente das nossas operações de negócios ao invés de ser impactado por itens extraordinários", afirma José Ribeiro, presidente da Generali no Brasil.

No mercado interno, a companhia fechou o ano de 2013 com crescimento em todas as linhas de negócios, com R\$ 849,8 milhões em prêmios emitidos, valor que representa um incremento de 96% na comparação com o ano de 2012. "A Generali tem trabalhado para uma gestão mais apurada e de maior proximidade com seus clientes. O mercado brasileiro é desafiador e pretendemos ampliar ainda mais a nossa participação no mercado e o potencial do País", conclui Ribeiro.

HDI SEGUROS TEM A 5ª POSIÇÃO EM SEGUROS DE AUTO NO PAÍS

No mercado brasileiro há mais de 30 anos, a HDI Seguros, integrante



João Francisco Borges da Costa: "agilidade e eficiência no atendimento"

do grupo alemão Talanx International AG, se consolida como a 5ª maior seguradora automotiva do País, de acordo com a Superintendência de Seguros Privados (Susep). Com 70 filiais distribuídas em 20 Estados e atuação em todo território nacional, primordialmente na carteira de seguros massificados de automóvel e no ramo patrimonial, a HDI encerrou 2013 com resultados expressivos.

No último ano, a empresa cresceu 25,6% em prêmios emitidos, atingindo R\$ 2,439 bilhões. Em 2012, os prêmios emitidos totalizaram R\$ 1,942 bilhão. Já o número de itens segurados subiu 7,9%, atingindo 1.428.306 veículos. O resultado fez a HDI pular da sexta para a quinta posição no ranking nacional das seguradoras de autos, com 7,1% de participação de mercado. Os prêmios de riscos industriais totalizaram R\$ 149 milhões, com crescimento de 72,2% em comparação com 2012.

"Dois dos grandes diferenciais da HDI são a agilidade e a eficiência no atendimento e na busca contínua de soluções para seus segurados", salienta João Francisco Borges da Costa, presidente da HDI Seguros. Nesse sentido, destacam-se as Centrais HDI Bate-Pronto, unidades de atendimento a sinistros que liberam os casos de forma rápida e com o mínimo de burocracia – que já somam 45 unidades e cujo conceito inovador consolidou ainda mais a sua bem-sucedida posição no mercado.

ICATU SEGUROS REGISTRA RECEITA RECORDE DE R\$ 3,8 BILHÕES



Luciano Snel: comemorando as metas atingidas

As receitas do grupo Icatu Seguros cresceram 15% em 2013 em comparação ao ano anterior, alcançando R\$ 3,8 bilhões. O patrimônio líquido da companhia atingiu R\$ 632,6 milhões ao final do ano, após distribuição de R\$ 150 milhões em dividendos no período. A soma dos resultados das operações de Seguros, Previdência Complementar e Capitalização alcançou R\$ 307,6 milhões em 2013, crescimento de 14,6% em relação ao ano anterior. Já a soma dos ativos sob administração chegou ao patamar de R\$ 12,8 bilhões em 2013.

"O último ano foi bastante desafiador e de muito trabalho. Podemos comemorar as metas atingidas e os expressivos resultados alcançados. Crescemos em todas as linhas de negócios, ganhamos market share e começamos a colher os frutos da nossa expansão para o interior e para outras regiões do País", afirma Luciano Snel, presidente da Icatu Seguros.

No segmento de seguros de vida, o destaque foi o índice de sinistralidade, que saiu de 55% para 46%, resultado do aprimoramento contínuo da metodologia de subscrição de riscos e de uma carteira muito saudável.

A Icatu Vanguarda, gestora de recursos do grupo, fechou 2013 com R\$ 8,8 bilhões em ativos sob gestão. A empresa figura no topo dos principais rankings de investimento, se destacando na gestão de fundos de inflação, crédito e dividendos.

MARÍTIMA SEGUROS CRESCER 21,9%



Francisco Caiuby Vidigal Filho: "metas ambiciosas para o futuro"

A Marítima Seguros alcançou em 2013, R\$ 1,49 bilhão em prêmios emitidos líquidos, o que representa um crescimento de 21,9% em relação aos R\$ 1,23 bilhão registrados no mesmo período do ano anterior. A companhia também registrou 26,2% em seus ativos totais, superando os R\$ 2 bilhões.

O lucro líquido alcançado no período foi de R\$ 33,6 milhões, 21,8% superior ao de 2012. A carteira com o maior índice de crescimento foi a de Automóvel, que registrou R\$ 749,6 milhões em prêmios emitidos líquidos em 2013, o que representa um crescimento de 34% em relação ao ano de 2012. Dentro da estratégia de atuação fora do mercado de São Paulo, a companhia registrou um crescimento expressivo em algumas praças. Na região Centro-Oeste do Brasil, por exemplo, a carteira de Automóvel cresceu 52%. Já no Sul do Brasil, o crescimento foi de 41%.

Troféu Gaivota de Ouro

Agosto - 2014



O Prêmio máximo do Mercado de Seguros

Informações: www.revistasegurototal.com.br

✉ francisco@revistasegurototal.com.br

✉ andre@revistasegurototal.com.br

☎ 11 3884.5966

Já no segmento Pessoas, a companhia atingiu um total de R\$ 112,5 milhões em prêmios emitidos líquidos, valor 33,7% superior ao registrado em 2012. Nos Ramos Elementares, a Marítima concluiu 2013 com R\$ 589,1 milhões em Prêmios Emitidos Líquidos, o que representa crescimento de 8,9% em relação aos R\$ 540,8 milhões de 2012.

“Estamos com metas ambiciosas para os próximos anos. Para elevar ainda mais o posicionamento da companhia no mercado brasileiro de seguros, estamos investindo no relacionamento com o corretores de seguros, bem como no incremento tecnológico e melhoria de processos para ser reconhecida como referência em termos de serviços com a melhor qualidade do mercado”, salienta Francisco Caiuby Vidigal Filho, presidente da companhia.

MONGERAL AEGON CRESCER 22%

MONGERAL AEGON



Helder Molina: investimento constante

A Mongeral Aegon segue pelo décimo ano consecutivo registrando um crescimento superior a 20% a cada ano. No fechamento de 2013, a empresa registrou um aumento de 22% nas vendas de seguros de vida, se comparado a 2012, com grande participação de clientes individuais, e um crescimento de 15% no faturamento, que alcan-

çou R\$ 625 milhões. “Nosso resultado foi fruto das estratégias adotadas, em especial a expansão regional, que nos permitiu aumentar nossa presença e solidificar operações, e a reestruturação da diretoria comercial em quatro diferentes canais - rede, corporativo, previdência privada e previdência pública - o que permitiu melhorar nossa performance”, afirma o presidente, Helder Molina.

Ao longo do ano, as despesas administrativas cresceram 15% em relação a 2012, resultado dos investimentos contínuos, como para aumento do número de colaboradores e infraestrutura. “Seguimos investindo de forma compatível com o aumento das nossas receitas, estratégia que se mostra sustentada ao longo de uma década de crescimento constante”, avalia Helder.

As estratégias de investimento para sustentar o crescimento da empresa e o cenário macroeconômico levaram o lucro líquido a crescer 3% em relação ao ano anterior, fechando em R\$ 18,7 milhões. O capital total segurado pela companhia alcançou R\$ 123 bilhões. “Este é um número que nos orgulha, pois significa de fato o tamanho do nosso compromisso com nossos clientes, razão maior das decisões que tomamos no dia a dia”, declara Helder.

RSA SEGUROS DEFINE NOVA ESTRATÉGIA MUNDIAL



A RSA Seguros, fechou 2013 com 8,7 bilhões de euros de prêmios líquidos. O Grupo obteve um crescimento de 5% em relação ao período anterior. Os negócios no Reino Unido, Canadá, Escandinávia e América Latina apre-

sentaram bons desempenhos e foram definidos pelo Grupo como mercados foco para atuação, pois geram grandes retornos e apresentam oportunidades de investimento e crescimento nos próximos anos.

O novo posicionamento estratégico do Grupo RSA foi elaborado com o objetivo de impulsionar os resultados da Companhia e com isso, tornar o negócio ainda mais atraente, sustentável e valioso. “Servir bem ao cliente. Funcionar com força de capital. Enfatizar valor ao acionista. Esta é nossa agenda”, comenta Stephen Hester, CEO Global da RSA Seguros, sobre o novo plano estratégico. E complementa: “a nossa expertise nos negócios de seguro, nossos 19 milhões de clientes e nossa equipe fornecem os principais subsídios para cumprirmos essa tarefa”.

A América Latina foi destaque nos resultados do Grupo, onde os prêmios aumentaram 15% e totalizaram 837 milhões de euros.

TOKIO MARINE TEM RECEITA LÍQUIDA RECORDE



José Adalberto Ferrara: “estamos satisfeitos com o desempenho”

A Tokio Marine Seguradora, subsidiária brasileira do mais antigo conglomerado securitário japonês registrou uma receita líquida recorde de R\$ 2,6 bilhões, o que significa um cresci-

mento de 26,2% sobre o faturamento do ano anterior. O número refere-se à soma da produção da Tokio Marine Seguradora e da Tokio Marine Brasil Seguradora, incorporada em junho passado. Deste valor, a companhia devolveu R\$ 1,35 bilhão à sociedade na forma de pagamento de sinistros.

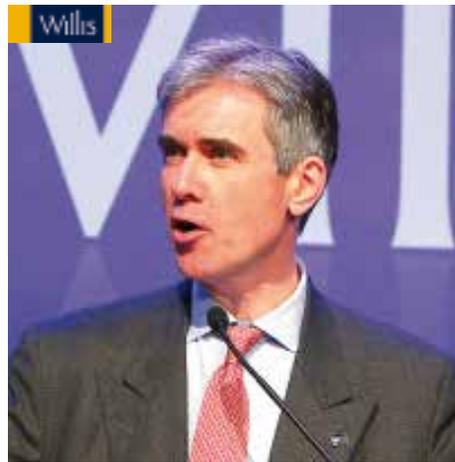
O lucro líquido combinado antes impostos, considerando ainda as duas companhias existentes antes da integração, foi de R\$ 76,1 milhões, contra R\$ 67,5 milhões no exercício anterior. No caso da Tokio Marine, que é a empresa integradora, o lucro passou de R\$ 9,5 milhões em 2012 para R\$ 31,4 milhões em 2013.

“Estamos satisfeitos com o desempenho da companhia. Essas conquistas resultam dos investimentos em capital humano, tecnologia, produtos e serviços e do trabalho realizado pelos Corretores e Assessorias parceiros”, afirma José Adalberto Ferrara, presidente da Tokio Marine Seguradora.

Para este ano, a expectativa é atingir um índice combinado inferior a 100% e identificar novos nichos de mercado e oportunidades que atendam às demandas dos segmentos de pequenas e médias empresas, por exemplo. “Esperamos em 2014 atingir a meta de R\$ 3 bilhões estabelecida pela holding para o final de 2016”, explica o presidente.

WILLIS GROUP SE DESTACA NOS MERCADOS EMERGENTES

O ano de 2013 foi positivo para a Willis Brasil, Corretora de Seguros e Resseguros. De acordo com Lígia Schiano Parise, diretora de Relacionamento Internacional e Consultoria da empresa, a estratégia implementada e a definição de uma efetiva proposta de valor conduziram a esse crescimento e à superação das metas agressivas estabelecidas, com a conquista de novos negócios e alta taxa de retenção dos



Dominic Casserley: estratégia de longo prazo

clientes já integrantes da carteira.

Para 2014 as perspectivas não são diferentes: crescimento e constante melhoria da qualidade. “Começamos 2014 com um trimestre de sólido crescimento e com contribuições positivas de cada um dos nossos segmentos. Willis Internacional e Willis Norte América ambos cresceram fortemente. Willis Global cresceu com uma forte contribuição dos negócios de resseguro, pela área de varejo no Reino Unido e também pelas empresas de seguros de especialidade,” disse Dominic Casserley, CEO do Grupo Willis.

Casserley complementa, “Em nossa Conferência com os Investidores em 2013, traçamos uma estratégia de longo prazo, com investimentos contínuos que guiam o crescimento orgânico. Além disso, a medida que continuamos a investir para aumentar as receitas, também temos a oportunidade de tomar novas ações em relação às despesas. Hoje estamos lançando um programa plurianual de melhoria operacional desenhado para fortalecer o atendimento ao cliente e garantir uma economia de custos de aproximadamente \$420 milhões até 2017 e outros 300 milhões a partir de 2018”.

GRUPO BB E MAPFRE CRESCE 24,2%

Com prêmios emitidos superiores a R\$ 14 bilhões em 2013, o Grupo



Marcos Ferreira: “nosso crescimento é orgânico e consistente”

Segurador Banco do Brasil e Mapfre alcançou em 2013 um crescimento de 24,2% em relação a 2012, quando apurou R\$ 11,3 bilhões. O mercado de seguros, nas áreas em que o Grupo atua, cresceu 18,2% até novembro de 2013 (dados Susep). O lucro líquido teve avanço significativo – atingiu R\$ 1,4 bilhão, 58,5% a mais que no ano anterior.

O Grupo registrou redução nos índices de sinistralidade, que ficou em 46,9% (51,1% em 2012); de comissionamento, que foi de 23,0% (25,1% em 2012); e nas despesas administrativas, que representaram 9,3% sobre os prêmios ganhos no ano (9,8% em 2012). Juntos, esses indicadores, aliados a tributos, resseguros e outras receitas e despesas, formam o índice combinado, um dos principais medidores de eficiência operacional, que ficou em 89,7% em 2013.

Neste ano, o Grupo prevê expansão em todas as áreas de negócios e nos canais de distribuição e projeta lançar, no mínimo, 10 novos produtos em 2014. Para suportar o crescimento previsto, a empresa estrutura uma nova sede, em São Paulo, que abrigará, a partir do início de 2015, a quase totalidade das suas operações na capital. “Nosso objetivo é crescer novamente a uma taxa de dois dígitos este ano”, projeta Marcos Ferreira, presidente do Grupo BB e Mapfre nas áreas de Auto, Seguros Gerais e Affinities.

INVESTIMENTOS E BONS RESULTADOS MARCAM 2013

Em um dos melhores anos de sua história, SulAmérica se prepara para crescer ainda mais

O mercado brasileiro de seguros tem apresentado enormes desafios para Seguradoras e Corretores. O crescimento de dois dígitos ano a ano requer de todo o sistema de seguros muita agilidade para preencher novos espaços, atender demandas de mercados em desenvolvimento, cada vez mais exigentes, e conquistar novos clientes.

Esse cenário tem sido bem aproveitado pela SulAmérica. O ano de 2013 foi um ano de grandes avanços para a companhia. A receita foi recorde, de R\$ 14,7 bilhões. O lucro, o segundo maior da história da empresa, foi de R\$ 480,4 milhões. Para o presidente da seguradora, Gabriel Portella, os resultados são uma chancela importante para o posicionamento estratégico da companhia: “temos um amplo portfólio de produtos gerido por especialistas, contamos com uma equipe comercial incansável e parceiros muito próximos, conectados com nosso negócio”.

Para manter a trajetória de crescimento, a SulAmérica tem concentrado seus investimentos em várias frentes, entre elas, processos e tecnologia; ampliação de sua presença física pelo País; e capacitação de Corretores.

Melhoria de processos

O ano de 2013 foi de mudanças para a SulAmérica, muitas delas ancoradas em melhoria de processos e serviços. “Temos feito enormes investimentos nesse sentido, em todos os segmentos de produtos que comercializamos. Todas as ações têm a intenção de facilitar o dia a dia dos corretores e aprimorar nosso canal de comunicação com clientes e parceiros”, afirma o



Viva o imprevisível e deixe o resto com a SulAmérica

SulAmérica

vice-presidente Comercial da companhia, Matias Ávila.

No ano passado, o Portal do Corretor, ferramenta online que concentra todas as movimentações comerciais dos corretores com a companhia, recebeu, em média, 1 milhão de acessos por mês. Os cotadores online já são realidade em todas as linhas de negócios e têm sido responsáveis não só pela agilização das contratações como pelo aumento do volume de negócios.

A empresa também aposta em novas ferramentas digitais. Além da criação do Corretor Web 2.0, que auxilia o parceiro a estar presente na internet e no Facebook, foi lançado o projeto Folheteria Digital, que migrou para novo formato os folhetos de produtos para suporte a vendas. Com a ferramenta, o Corretor ganhou mais mobilidade já que é possível acessar todo conteúdo por meio de tablets. “No momento em que as redes sociais são cada vez mais relevantes e decisivas no processo de

escolha dos consumidores, a SulAmérica não poderia deixar de oferecer soluções para os nossos parceiros”, comenta o vice-presidente de Planejamento e Marketing, Renato Terzi.

Outro projeto que tem sido muito bem recebido por clientes e corretores é a nova versão do Meio Eletrônico de Cadastro SulAmérica Saúde, conhecido como MECSAS. O sistema é oferecido para movimentações e atualizações cadastrais de beneficiários de grandes, médias e pequenas empresas.

A nova versão em nuvem, disponível desde março, disponibiliza serviços como acompanhamento das solicitações, envio e armazenamento da documentação digitalizada, com mobilidade para acesso em qualquer lugar via internet, aumentando a velocidade das informações, reduzindo a possibilidade de erros.

Para os clientes, o aplicativo de Saúde permite que os segurados possam acessar a carteirinha digital; localizar

com o recurso de geolocalização mais de 23 mil prestadores médicos em todo o Brasil; obter informações sobre o andamento de pedidos de reembolso; acompanhar processos de validação prévia de procedimento; consultar redes de farmácia cadastradas com até 50% de desconto em medicamentos; entre outros serviços, como acesso aos canais de atendimento disponíveis pela companhia. O app foi lançado em 2012 e até o final de 2013 obteve mais de 120 mil downloads, atingindo cerca de 350 mil clientes.

E com o aplicativo Auto os clientes podem visualizar os dados da apólice e receber lembretes sobre o vencimento do contrato; escolher o melhor desconto para alugar um carro; ter acesso à rede de benefícios e à Central de Atendimento; utilizar ferramenta de geolocalização de unidades dos Centros Automotivos SulAmérica (CASA) mais próximos do dispositivo móvel ativado; e encontrar orientação para acionar o seguro em caso de sinistro.

SulAmérica pelo Brasil

A SulAmérica tem expandido constantemente sua presença física pelo País. Em 2013, foram inauguradas duas novas filiais, na cidade de Santo Ângelo (RS) e na capital paulista, no bairro da Lapa. Em 2014, já foram três inaugurações: Uberaba, Juiz de Fora (MG) e Itumbiara (GO), elevando para 87 o número de filiais da Companhia pelo Brasil. “O relacionamento com os corretores está no DNA da SulAmérica e isso pode ser traduzido em proximidade. Esse é o papel de nossas filiais e uma prioridade no dia a dia de nossos executivos”, afirma o vice-presidente Comercial, Matias Ávila, que, em 2013, esteve à frente de um grande programa de relacionamento. Foram 20 reuniões regionais por todo o País, que atraíram mais de 1.500 corretores.

Treinamento Constante

Outro ponto chave no relacionamento da companhia com corretores é a capacitação. “Nosso amplo portfólio de produtos, capaz de atender

SulAmérica celebra parceria de sucesso com corretores com o Programa de Reconhecimento ao Corretor

Em 2013, o Programa de Reconhecimento ao Corretor (P.R.A. Corretor) da SulAmérica trouxe diversas novidades e oportunidades de desenvolvimento para sua parceria de sucesso com mais de 30 mil corretores em todo o Brasil.

Dentro do P.R.A. Super Campeões, campanha de vendas da seguradora, 190 corretores vencedores viajaram com acompanhante para um resort na Praia do Forte, na Bahia. Além desta campanha anual, 180 corretores foram premiados por desempenho e outros 600 foram ganhadores em sorteios nas rodadas trimestrais.

As iniciativas voltadas para treinamento também marcaram o ano passado, quando a SulAmérica realizou 3.570 treinamentos presenciais para corretores nas filiais em todo o Brasil, com recorde de público de 25.934 profissionais participantes.

A capacitação dos parceiros também se deu por meio da Universitas, a Universidade Corporativa da SulAmérica, com acesso online. Outro destaque foi a estreia do programa Corretor Nova Geração, iniciativa inédita que busca contribuir para a capacitação dos filhos de corretores que, no futuro, estarão à frente dos negócios da família.

às necessidades dos clientes em vários momentos da vida, representa uma grande oportunidade de diversificação de negócios para nossos parceiros”, explica Matias. Por esse motivo, em 2013, a seguradora promoveu 3.569 treinamentos por todo Brasil e capacitou 25.934 profissionais, em ações que têm envolvido toda a equipe comercial.

Ainda nesse item, a companhia inovou com o projeto “Corretor Nova Geração”, iniciativa que tem a finalida-

Ainda em 2013, a SulAmérica lançou o boletim “De Olho Nos Seus Negócios”, uma ferramenta que informa diariamente via e-mail o andamento das operações realizadas pelo corretor. Os parceiros ainda contam com os aplicativos Corretor Web 2.0 e o Folheteria Digital para auxiliá-los nas vendas.

O P.R.A. Super Campeões 2014 traz diversas novidades. A campanha deste ano reserva uma viagem internacional para os vencedores (para Dubai e Abu Dhabi, nos Emirados Árabes) ou um destino nacional. O corretor pode ganhar pontos adicionais participando de treinamentos presenciais nas filiais e comercializando produtos de mais de um segmento do portfólio multilinha da SulAmérica (Auto, Massificados/Riscos industriais e Comerciais, Saúde/Odontológico, Vida/Acidentes Pessoais, Previdência e Capitalização). Há ainda premiações e sorteios mensais para as 87 filiais da SulAmérica pelo país, além de um quiz mensal que distribuirá brindes para quem responder perguntas no site do P.R.A. Corretor. A inscrição é automática para todos os corretores participantes. Confira mais informações sobre o P.R.A. Super Campeões 2014 em <http://pracorretor.com.br/>.

de de contribuir para a capacitação de filhos de corretores que, no futuro, estarão à frente dos negócios da família. Além de mostrar as oportunidades do mercado a esses jovens, a ideia é contribuir com o processo de sucessão e com a longevidade das corretoras.



PORTO SEGURO LANÇA CONECTA EM SÃO PAULO

Operadora de telefonia móvel expande sua operação para a capital paulista e interior

Considerada a praça mais importante para atuação da Porto Seguro, São Paulo – Grande SP e interior - agora conta com o novo plano de telefonia móvel virtual (MVNO, na sigla em inglês) da companhia, após o início das operações em Santos e Campinas no ano passado e no Rio de Janeiro, no início deste ano. O pacote é exclusivo para os cerca de 2 milhões de segurados da Porto Seguro Auto e que utilizam o Cartão de Crédito Porto Seguro e está disponível para o DDD 11.

O Porto Seguro Conecta é a primeira operadora móvel virtual a entrar em operação no País. O modelo permite utilizar a estrutura de atendimento ao cliente, vendas e marketing



Tiago Galli: meta é chegar a 1 milhão de clientes em 5 anos

da Porto Seguro, com a infraestrutura de telecomunicações de uma operadora tradicional.

O plano ilimitado oferece um pacote completo de voz e dados, e um programa de bônus que gera desconto na renovação do seguro Auto ou na fatura do celular. O usuário ainda conta com os serviços de conveniência Conecta Center, Conecta Encontra e Conecta Assist, que inclui Porto Boy, o Helpdesk e o empréstimo de aparelhos, em casos de assistência técnica.

“Nossa oferta é simples. O intuito não é concorrer com grandes operadoras. O que queremos é conversar com os clientes da Porto Seguro”, salienta José Luiz Silva, diretor da Porto Seguro Conecta. De acordo com Silva, “o principal canal de vendas é o próprio corretor, que reúne condições para fazer um atendimento pessoal e consultivo, posicionando a Porto Seguro Conecta como alternativa em telefonia móvel para toda a família do segurado”.

Atualmente, são 210 mil usuários e a expectativa, segundo o superintendente da empresa Tiago Galli é atingir cerca de 1 milhão de clientes em todo o Brasil nos próximos cinco anos.

Entre as vantagens do plano – com valor de R\$ 149,90 – estão: ligações locais ilimitadas para qualquer operadora, telefone fixo ou Conecta; SMS ilimitada para qualquer operadora; 1GB de internet e pacotes adicionais de dados com valores reduzidos; desconto na contratação ou renovação do seguro de automóvel; desconto na fatura Porto Seguro Conecta, o cliente pode ganhar mais de uma fatura



José Luiz Silva: “o intuito não é concorrer com grandes operadoras”

grátis por ano; e celular reserva por até 30 dias.

No total, a Porto Seguro já soma aproximadamente 200 mil linhas ativas, considerando os celulares corporativos da empresa e as conexões M2M, utilizadas em rastreadores, alarmes residenciais, segurança e POS. Até 2015 o serviço deve chegar à região do Vale do Paraíba, seguindo o planejamento de expansão regional.

Os planos e pacotes da Porto Seguro Conecta podem ser adquiridos por meio dos corretores que operam com a Porto Seguro; pela Central de Atendimento, no telefone 10544; ou pela Portal web www.portoseguroconecta.com.br.



BRASIL INSURANCE

Edward Lange assume a presidência da Brasil Insurance. Com vasta experiência no mercado de seguros, Lange teve como última posição no Brasil a de presidente da Allianz Brasil, onde iniciou a sua carreira em 1995. É graduado em administração com ênfase em finanças pela The American University of Paris (França).



GRUPO ACE

Com 25 anos de experiência em mercados de seguros, David Heard foi nomeado vice-presidente sênior da linha Personal Lines & Business Insurance do Grupo ACE, para a América Latina. Heard passou pela American International Group, ocupando cargos de liderança e atuou como vice-presidente de expansão estratégica de negócios.



BRASILCAP

O executivo Marcos Coltri assume a diretoria comercial da Brasilcap. Coltri foi o diretor comercial do grupo segurador BB MAPFRE de 2012 até o início deste ano. Com formação acadêmica em Administração de Empresas e especialização em Marketing e Finanças, o executivo atua desde 1988 no Banco do Brasil.



SULAMÉRICA

O diretor comercial da SulAmérica no Rio de Janeiro, Carlos Alexandre Guimarães, foi eleito para a diretoria da Câmara de Comércio Americana do Rio de Janeiro (Amcham Rio), no período 2014-2015. Na diretoria ampla, este é o terceiro mandato de Guimarães, que também integra o Comitê de Seguros e Resseguros.

Rádio Imprensa FM 102,5

A Grande Jornada pelo
Mundo dos Seguros

Às segundas-feiras, das 7 às 8 horas

Apresentação: Pedro Barbato Filho



Representatividade e evolução tecnológica trarão segurança aos corretores



Manuel Matos é corretor de seguros desde 1977 e delegado representante do Sincor-SP na Fenacor

No mesmo ano em que a World Wide Web – a internet – completa 25 anos, o Brasil sediou o NETmundial, encontro multissetorial global sobre o futuro da governança da web. O encontro aconteceu no fim de abril, organizado em uma parceria entre o Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br) e a /1Net, fórum que reúne entidades internacionais dos vários setores envolvidos com a governança da internet. O encontro teve como foco a elaboração de princípios de governança da internet e a proposta de um roteiro para a evolução futura desse ecossistema.

É um assunto alinhado com o Comitê Gestor da ICP-Brasil, do qual sou membro. Nosso trabalho no CG ICP-Brasil é desenvolver a infraestrutura de chaves públicas, ou seja a tecnologia da certificação digital para garantir segurança nas transações via internet.

O evento em referência, contou com a presença da Presidente da República Dilma Rousseff, que sancionou o texto do Marco Civil da Internet, aprovado no dia anterior pelo Senado. Para a produção do documento que guiou os debates durante o evento, foram feitas 188 contribuições de representantes de 46 países.

Dentre os temas destacados, estão a privacidade e a liberdade de expressão na internet, a globalização da IANA – entidade que atribui os endereços de IP, e o papel dos governos na governança da internet.

Que a internet impacta na distribuição de seguros, todos nós sabemos. Para muitos é a grande ameaça para os corretores de seguros tomando lugar da preocupação que os profissionais tinham com os bancos. Mas está em nossas mãos assumir as rédeas da situação e aproveitar os benefícios da tecnologia.

O programa de gestão da nova diretoria do Sincor-SP, da qual faço parte, tem diversas ações para capacitar e proteger o corretor de seguros no novo mercado, em linha com a evolução tecnológica. Evitar a venda direta de seguros via internet sem orientação profissional do corretor é um dos pontos de atenção. O objetivo é não desqualificar o produto induzindo o consumidor a procurar somente preço. Orientaremos sobre melhores práticas de relacionamento online entre corretores e segurados e ajudaremos os profissionais a incluir função de comércio eletrônico em suas estratégias de negócio, para que possam captar negócios através da internet, dando instru-

mentos para trabalharem corretamente.

Vamos firmar parcerias para desenvolvimento de ferramentas de apoio ao dia-a-dia das corretoras de seguros (com foco nas de menores portes), visando softwares para gestão e prospecções de negócios, bem como buscar tecnologias e convênios que propiciem melhorar a gestão das corretoras de seguros.

Como não poderia deixar de ser expandiremos o negócio da certificação digital a todos os corretores de seguros que tiverem interesse e possuam os requisitos necessários para essa operação. Desenvolveremos e disponibilizaremos softwares de gestão administrativa, financeira e comercial, entre outras ações. Vamos ainda instituir serviços via certificação digital, como eleição por voto eletrônico, o que irá oferecer transparência e facilidade para os corretores de seguros exercerem seus direitos.

A gestão política com representantes do Governo e do setor é outra grande atenção da atual diretoria. Capacitar os corretores de seguros com sistemas de ponta e obter representatividade para fazer com que a tecnologia seja aliada da categoria, são meus objetivos e compromissos pelos próximos quatro anos.



Superar desafios
é sempre bom e atender
bem nossos clientes
e Corretores de Seguros
é ainda melhor.

 Prêmios de Seguros
de R\$ 12 bilhões

 86 filiais
37 CASAs

 Treinamento para 25 mil
profissionais de Seguros

O ano de 2015 foi de grande transformação para a SulAmérica. Lançamos a nova marca, que traz jovialidade, leveza e mantém os atributos de uma empresa sólida e confiável de 119 anos. Além disso, reforçamos ainda mais nosso Programa de Reconhecimento aos Corretores de Seguros - o P.R.A. -, que a todos supera, abrange, relaciona, premia e dirige prêmios e eventos para celebrar as conquistas de nossos parceiros de negócio. Insurgimos novas filiais e disponibilizamos a Folhaleta Digital e o Corretor Web 2.0. Tudo para que você, Corretor, ofereça a seu cliente o que há de melhor. E para que você possa viver o impossível e deixar o resto com a SulAmérica.

A SUA CAPACIDADE É O QUE É SUAMÉRICA


SEMPRE ENCONTRANDO O MELHOR CAMINHO

**A Sistemas Seguros evoluíu.
Começa novas novidades!**

Vivemos uma nova página na nossa história
criando muitas novidades para 2014.



Novo mercado.



**Novo website - fácil navegação
e conteúdos mais especializados.**



**Novos produtos e serviços
para o mercado de seguros.**

Assim

www.sistemas-seguros.com.br

**Entre em contato conosco e comece tudo
o que podemos oferecer em sua região.**

Estamos à sua disposição.



**SISTEMAS
SEGUROS**

**Av. Angélica, 527 - 4º e 5º andar
Jardim Paulista - São Paulo**

Tel: 11 3664.2000