

REVISTA

SEGURO

TOTAL

ANO XVI
Nº 162 - 2015
R\$ 20,00

**Brazil
Dental**

OPORTUNIDADE NO SETOR ODONTOLÓGICO

A BRAZIL DENTAL
OFERECE OPORTUNIDADES
PARA SEGURADORAS
INGRESSAREM NO
MERCADO DE PLANOS
ODONTOLÓGICOS
E PARA OPERADORAS
IMPULSIONAREM SEUS
NEGÓCIOS



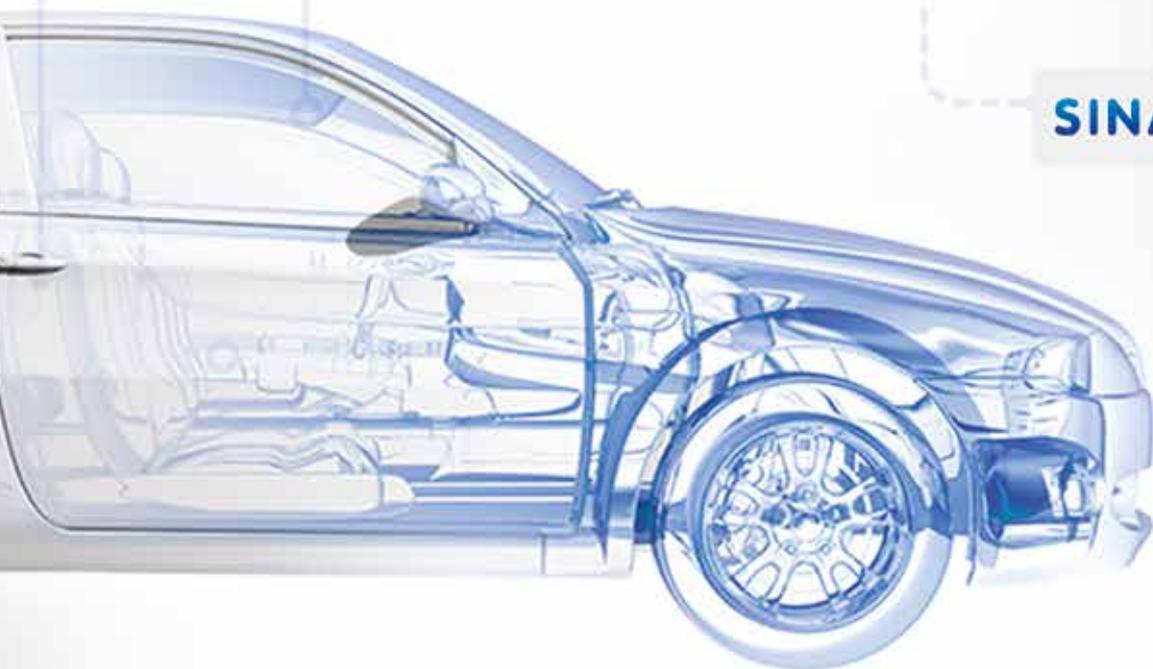
RODRIGO CALIFONI,
CEO DA BRAZIL DENTAL

EVENTO: 7ª EDIÇÃO DA CONSEGURO REÚNE ESPECIALISTAS

NACIONAIS E INTERNACIONAIS PARA DEBATER DESAFIOS DO MERCADO SEGURADOR

PRECISANDO CONSULTAR A SITUAÇÃO DOS VEÍCULOS?

Com o **SINALIZA.NET** da **VMX 360°** você
pode ter todas as informações
necessárias para suas operações.



SINALIZA.NET 

Transações mais seguras geram maiores resultados!

Acesse: <http://sinaliza.net>

Vem pra VMX 360°!

comercial@vmx360.com | +55 11 2614.0232

www.vmx360.com



TECNOLOGIA S.A.

Rua Pamplona, 724
Conjunto 67 - CEP 01405-001
São Paulo – SP
Telefone: (11) 3884-5966**Editor**José Francisco Filho - MTb 33.063
francisco@revistasegurototal.com.br**Diretor Comercial**José Francisco Filho
francisco@revistasegurototal.com.br**Jornalista**Aurora Ayres – MTb 24.584
aurora@revistasegurototal.com.br**Redação**Mayara Simeão
redação@revistasegurototal.com.br**Diagramador**Cleber F. Francisco
cleber.fabiano@gmail.com**Webdesigner**Gustavo Balieiro
gustavo@revistasegurototal.com.br**Publicidade**Danielle Tallo
danielle@revistasegurototal.com.br**Executivo de Contas**

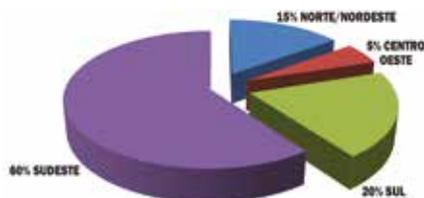
Eduardo Oliveira

Portal Revista Seguro Total
www.planetaseguro.com.br

facebook.com/revista-seguro-total



twitter.com/seguro_total



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

Crescer e Desenvolver: O Caminho é Simples?

Envolvedores, esclarecedores e até mesmo polêmicos, especialistas de renome, profissionais de seguros, acadêmicos e representantes do governo vêm ministrando palestras em congressos nacionais e internacionais, seminários, workshops, debates e discussões, que vem movimentando o mercado segurador neste segundo semestre. A equipe da **Revista Seguro Total** vem cumprindo o seu papel jornalístico trazendo todo esse conteúdo apresentado sob variados temas que abrangem várias esferas do setor.

O segundo maior evento do setor no mundo ocorre agora em outubro em Foz do Iguaçu (PR): o 19º Congresso Brasileiro dos Corretores de Seguros, que ocorrem paralelamente com o 3º Congresso Brasileiro de Saúde Suplementar e com a 18ª Exposeg. Promovidos pela Fenacor, o evento este ano traz o tema “Crescer e Desenvolver: O Caminho é Simples?” com programação toda elaborada para aprimorar o conhecimento dos corretores de seguros. A “Palestra Magna - Brasil: Reformas e Desenvolvimento”, ministrada por Joaquim Barbosa, ministro e ex-presidente do Superior Tribunal Federal (STF), aborda ações governamentais e como isso afeta diretamente o setor corporativo.

Outro evento relevante do mercado – a 7ª edição da Conseguro – reuniu recentemente cerca de mil pessoas. Na ocasião, foi feito um amplo diagnóstico de diferentes segmentos do setor, apontando exemplos e possíveis soluções para seu desenvolvimento sustentável. A programação trouxe temas impactantes como gerenciamento de riscos, tecnologias específicas para o mercado, riscos emergentes e solvência. O modelo vigente do sistema de Saúde no Brasil, a questão da longevidade e debates sobre o pacote fiscal anunciado pelo governo federal e seus possíveis efeitos sobre o setor securitário também foram abordados. Leia cobertura completa em nosso Especial desta edição.

Ao retomar seu ciclo de atividades, a Sociedade Brasileira de Ciências do Seguro (SBCS) inicia com o Seminário Internacional de Seguros Pessoais - Crescimento do Mercado em Tempos de Crise – realizado também em outubro em São Paulo. O evento contou com a participação de executivos da sucursal portuguesa do Grupo Prévoir, companhia francesa centenária de Seguros de Vida. Além do estímulo proporcionado pelos seminários, encontros, debates e palestras, a SBCS tem como propósito o intercâmbio cultural visando o aperfeiçoamento profissional entre entidades nacionais e estrangeiras com a promoção de ações dentro e fora do país. Leia matéria sobre a nova postura da entidade na seção Qualificação.

Esses são apenas alguns dos eventos voltados aos profissionais do setor – que representa 6% do PIB, oxigena a economia e é, sem dúvida, força-motriz que solidifica outros segmentos da sociedade! Além da informação fácil a um clique, o alcance do conhecimento, algo bem diferente do que apenas estar informado, está sempre mais próximo do que se imagina!

Boa leitura!

16 - CAPA

Em seus primeiros oito meses de atividade a Brazil Dental já é responsável pelo processamento de 1,2 milhão de planos odontológicos de beneficiários.



28 - ESPECIAL

7ª edição do Conseguo reúne especialistas nacionais e internacionais em São Paulo para debater desafios e oportunidades do setor.



36 - CADERNO EMPRESARIAL

História da AIG Seguros no Brasil e no mundo. Empresa tornou-se referência mundial em seguros pessoais e corporativos com produtos em diversas linhas.



42 - QUALIFICAÇÃO

Sociedade Brasileira de Ciência do Seguro (SBSCS) ganha novo fôlego e retoma o ciclo de palestras começando com evento internacional sobre Seguros de Vida.



6 - MURAL

14 - ENTIDADES

22 - INFOSUSTENTABILIDADE

26 - EVENTO

46 - SAÚDE

50 - SEGURO RESIDENCIAL

56 - TECNOLOGIA

58 - LEGISLAÇÃO

60 - ARTIGO

62 - GIRO DE MERCADO



Para nós, empresas são como pacientes. Cada caso pede uma solução.

A Amil tem planos sob medida para a sua empresa.

Só um plano completo é capaz de oferecer a solução perfeita para todas as necessidades e para todos os tipos de empresa. Inclusive a sua, claro. E isso só é possível quando você conta com pessoas comprometidas que se dedicam para melhorar a vida dos seus funcionários. Pessoas que pensam, criam, trabalham e lutam para que eles tenham algo muito maior do que um plano de saúde. Para que eles tenham uma vida de saúde.

ANS - nº 226305

Acesse amil.com.br
ou consulte seu corretor.

Uma vida de saúde para você.

SulAmérica Odonto lança campanha de marketing

Como parte da estratégia da SulAmérica para conquistar ainda mais espaço no mercado de planos odontológicos, a companhia terá entre os meses de agosto e novembro uma campanha de marketing voltada para o produto Odonto Empresarial. Criada pela agência Grey, o objetivo dessa ação, voltada para grande imprensa e mídia especializada em Recursos Humanos e executivos de empresas, é explorar as vantagens e condições competitivas do produto, além de impulsionar a atuação dos corretores de seguros nas vendas do Odonto Empresarial.

“O SulAmérica Odonto teve um

desempenho expressivo no primeiro semestre de 2015. A carteira apresentou um crescimento em prêmios de 18,7%, comparando com o mesmo período de 2014, e um incremento no número de vidas seguradas de 9,9%, chegando à marca de 676 mil beneficiários. Com isso, a companhia está entre as três maiores empresas em faturamento do segmento no país. O nosso objetivo é elevar ainda mais esses números e ampliar a visibilidade dos produtos de Odonto, principalmente dentro das empresas,” destaca Andrea Figueiredo, superintendente-executiva de Odonto da SulAmérica.



Andrea Figueiredo: “Objetivo é ampliar visibilidade dos produtos nas empresas”

I4PRO integra, pelo 3º ano, ranking das PMEs que mais crescem no Brasil

Préstes a completar 10 anos de atuação em novembro de 2015 no segmento de Tecnologia da Informação para o mercado segurador, a I4PRO – Insurance for Professionals foi classificada, pelo terceiro ano consecutivo, entre as 200 PMEs que mais

crescem no Brasil. A companhia conquistou a 98ª posição na 10ª edição da pesquisa divulgada no dia 11 de setembro pela Deloitte, em parceria com a Revista Exame. As pequenas e médias empresas destacadas foram avaliadas com base na evolução da receita líquida

ao longo dos últimos três anos completos (2012 a 2014).

Sempre atenta às necessidades operacionais e regulatórias do mercado, a I4PRO investe regularmente em melhorias de seus softwares e serviços, atendendo à novas oportunidades e nichos, sempre com ganho de eficiência e de qualidade. Para fazer frente aos novos desafios e negócios conquistados, a companhia incrementou em 10% seu corpo de colaboradores em 2015.

“Nossa presença no ranking dos últimos três anos da pesquisa mostra que nossa estratégia está correta e que tem a flexibilidade necessária para enfrentar novos desafios. Para nossa empresa, é essencial otimizar o dia a dia de nossos clientes, através de uma visão integrada de sistemas e funcionalidades de negócios”, afirma o diretor de Marketing e Vendas da I4PRO, Mauricio Ghetler.



Equipe comemora presença em ranking das PMEs que mais crescem no Brasil

A12, um novo Grupo de Corretoras que nasce como um dos maiores do país

Resultado da sociedade de 12 empresas, a A12 Corretora de Seguros iniciou suas operações no mercado brasileiro em abril de 2015 e já representa um volume de emissão anual de R\$ 250 milhões de prêmios em seguros e benefícios. Sediada em São Paulo, na Vila Olímpia, a companhia, que começou a ser projetada em 2010, já está operando em parceria com algumas das principais seguradoras do país, com corretoras estabelecidas em sete estados, sendo eles São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais, Espírito Santo, Paraná, Distrito Federal e Goiás, e atuação em todo o território nacional.

Entre seus idealizadores, a A12 reúne grandes nomes do mercado securitário, como Armando Vergílio, empresário e corretor de seguros com mais de 30 anos de atuação no setor e Robert Bittar, que atua no segmento desde 1971. A atuação do Grupo A12, que é gerido por um Conselho Deliberativo e uma Diretoria Executiva, é bem diversificada e seu mix é composto por Auto (57,1%), Benefícios (24,7%) e Demais Ramos (18,2%). Em 2014, as corretoras do Grupo obtiveram um crescimento de 14,53% no volume de negócios, comparado ao ano ante-



Integrantes das empresas reunidos na 1ª Convenção da A12

rior, número acima da média de mercado e que demonstra o grande potencial de crescimento desta nova operação.

De acordo com Renner Fidelis, conselheiro, diretor-executivo da A12 e sócio da Apoliseg Corretora de Seguros, a globalização trouxe e traz ameaças e oportunidades. “Diante do novo cenário econômico do país, decidimos, em 2013, criar um novo grupo através da união de 12 companhias sólidas que tinham a mesma filosofia, ou seja, promover diversas soluções que trouxessem maior musculatura, competitividade, redução de custos e melhoria no lucro, seja através da con-

quista de novos mercados, assim como pelo aumento da rentabilidade da operação”, explica.

Segundo Sérgio Quintella Martins, conselheiro, diretor-executivo da A12 e sócio da SMB Corretora de Seguros, estrategicamente, o Grupo está presente em vários estados do Brasil e conta com a somatória de experiência de corretoras inovadoras e tradicionais com mais de 35 anos de atuação. “O Grupo A12 tem ainda, como meta, criar um novo modelo de distribuição a ser implementado no Brasil e também em outros países em um processo de internacionalização da empresa”.

RSA anuncia venda de operações na América Latina

Em setembro, a RSA Insurance Group plc. anunciou que chegou a um acordo, sujeito a aprovações regulatórias, para vender todas as suas operações na América Latina (RSA Latin America) a Suramericana S.A, a seguradora subsidiária do Grupo de Inversiones Suramericana (Grupo Sura) por aproximadamente 403 milhões de libras pagas em espécie.

“Temos o prazer de anunciar a passagem de nossos negócios na América Latina para a Suramericana. Sendo o foco da RSA nos seus maiores mercados no Reino Unido & Irlanda, Escandinávia e Canadá, tem sido cada vez mais claro para nós que a RSA não é o melhor detentor estratégico destes negócios. Na Suramericana temos um *player* regional experiente e comprometido que pode tornar o negócio uma parte central de sua es-

tratégia”, disse Stephen Hester, CEO do Grupo RSA.

“Espera-se que o preço desta venda, de 403 milhões de libras, seja um acréscimo forte ao capital do Grupo RSA, melhorando a flexibilidade operacional. Esta é a maior venda que temos em curso e é consistente com a nossa meta mencionada de concluir substancialmente o novo foco estratégico do Grupo RSA ao anunciar os resultados do final do ano de 2015”, completou ele.

A RSA América Latina é uma plataforma regional de seguros e uma das dez principais seguradoras da região. Tem presença estabelecida no Chile, Argentina, Brasil, México, Colômbia e Uruguai, com um mix equilibrado de portfólio. A transação está sujeita à obtenção das aprovações regulatórias relevantes em cada um dos países. A expectativa é de que todas as transações sejam concluídas até o final de 2016.

Icatu Seguros alcança faturamento de R\$1,5 bilhão no primeiro semestre

Crescimento em Seguros de Vida é o destaque do período

A Icatu Seguros, maior seguradora independente de Vida e Previdência do país, alcançou faturamento de R\$ 1,5 bilhão no primeiro semestre de 2015, aumento de 17% em relação ao mesmo período do ano passado. O patrimônio líquido atingiu R\$ 848,4 milhões ao final do semestre, após distribuição de R\$ 100 milhões em dividendos. A seguradora fechou o semestre com aproximadamente R\$ 320 milhões em volume de ativos livres.

Mantendo o desempenho do mesmo período do ano anterior, a companhia alcançou lucro líquido de R\$ 130,5 milhões. A Icatu Seguros chegou ao final do primeiro semestre com R\$ 16,8 bilhões em ativos sob administração.

“Os resultados do primeiro semestre do ano demonstram a consistência do crescimento da companhia, que tem buscado aprimorar constantemente o atendimento e inves-

tido na qualidade dos produtos e serviços aos clientes, corretores e parceiros comerciais. Os números refletem o trabalho de uma equipe que atua de forma coesa na direção dos mesmos objetivos”, afirma o presidente da Icatu Seguros, Luciano Snel. O executivo complementa que apesar de 2015 ser um ano desafiador em função do contexto econômico, a empresa tem mantido o ritmo forte de crescimento e lucratividade dos últimos anos, aproveitando as oportunidades que o setor apresenta.



Luciano Snel: “resultados demonstram a consistência do crescimento da companhia”

Hapvida inova no agendamento de consultas odontológicas

Maior operadora do Norte e Nordeste tem 1,144 milhões de usuários em odontologia em todos os estados

O Brasil é o país com o maior número de dentistas do mundo, mas somente 21,3 milhões de brasileiros têm plano odontológico. Destes, 1,144 milhão de usuários são clientes Hapvida, terceiro maior plano de saúde odontológico do país. Com o objetivo de garantir aos usuários o atendimento às consultas nos prazos máximos definidos pela Agência Nacional de Saúde Suplementar (ANS), o Hapvida criou um

software que internaliza a agenda dos dentistas.

“A medida possibilita um controle total dos agendamentos, com destaque para o cumprimento de metas para a realização de consultas que são ainda menores em comparação com os exigidos pela ANS”, explica Jaqueline Machado, superintendente de odontologia do Hapvida.

O resultado desse investimento tecnológico garantiu que, nos últimos cinco anos, o número de usuários saltasse de 180 mil para 1,114 milhão de clientes. Só em 2014, o crescimento do número de beneficiários foi de 34%, enquanto o setor alcançou 5,4%. Para 2015, a meta do plano odontológico é um aumento de 31% de novos clientes. Nas regiões Norte e Nordeste a empresa detém 25% do *market share*, segundo a ANS.

Para o presidente do Hapvida, Jorge Pinheiro, o processo de credenciamento com as clínicas é diferenciado. “Transferimos toda a expertise do Hapvida na gestão do plano de saúde, que hoje é líder nas regiões Norte e Nordeste, para a área de plano odontológico, a fim de realizar um melhor controle da rede. Todos ganham: dentistas, clientes e operadora”, conclui Pinheiro.



Jorge Pinheiro: “Todos ganham: dentistas, clientes e operadora”

San Martin investe em suporte para franqueados da rede

A rede de seguros encontrou um diferencial para atrair ainda mais investidores

Cada vez mais as franqueadoras estão enxergando seus franqueados como parceiros e valorizando a experiência adquirida no dia a dia da operação das unidades no processo de gestão e sucesso da rede. Tal fato es-



Carlos Alexandre: "o franqueado é um agente que traz produção e, com ele, o peso de sua gestão"

timula as franqueadoras a buscarem por aperfeiçoamento de seus processos de comunicação estreitando laços com esses parceiros. Uma das ferramentas que contribuem para isso é o Suporte oferecido aos franqueados. "Se o suporte for falho, o franqueado não terá tranquilidade de trabalhar bem seus possíveis clientes e estará inseguro na produção de novos negócios, por isso, grande parte das operações das unidades ocorrem dentro da própria San Martin. Ficamos com o grosso da operação deixando o franqueado livre para prospectar e acompanhar as informações inerentes ao seu trabalho", explicou Carlos Alexandre Gomes, diretor executivo da San Martin Franchising, sobre a importância do suporte ao franqueado.

A San Martin Seguros entrou para

o franchising em fevereiro de 2014 e já possui 150 unidades distribuídas em 17 estados, a rede possui uma expansão acelerada sem nunca esquecer o franqueado, oferecendo todo o suporte necessário para que seu negócio se torne um sucesso. "Diferentemente de outras redes que possuem um departamento de operações diminuído ou que desenvolvem esse núcleo dentro da franqueadora à medida que a demanda cresce, a San Martin desde o início ofereceu um suporte completo e preparado para que seus franqueados se destaquem no mercado". "O franqueado pode optar em entrar em contato direto com a San Martin, onde disponibilizamos 38 colaboradores voltados ao suporte direto, ou optar pelos másters franqueados", comentou o diretor.

PAN Seguros cresce 95% em prêmios

Seguradora alcança R\$184,7 milhões no 1º semestre de 2015

PAN Seguros anuncia um total de prêmios de R\$184,7 milhões no primeiro semestre de 2015, um crescimento de 95% sobre os R\$94,6 milhões conquistados no mesmo período do ano anterior. A diversificação da base de receitas garantiu o forte ritmo de crescimento da seguradora, apesar do cenário econômico desafiador. "Este crescimento mais uma vez comprova a solidez de nossa estratégia de expansão, com o desenvolvimento de novos canais de distribuição e lançamento de produtos alinhados às necessidades do consumidor brasileiro", destaca José Carlos Macedo, CEO da companhia.

Combinando uma série de fatos, a Equipe comemora presença em ranking das PMEs que mais crescem no Brasil

res, entre eles uma bem-sucedida estratégia de crescimento e índices de performance sólidos, em julho, a agência de classificação de risco Fitch Ratings atribuiu a classificação AA-(bra) para a PAN Seguros. Hoje, a perspectiva de rating é considerada estável.

A classificação está alicerçada em: forte estrutura acionária, baseada em seu co-controle pelos grupos BTG Pactual e Caixa; elevada lucratividade, beneficiada pelos bons resultados técnicos e financeiros; base de prêmios altamente pulverizada e baixíssima exposição de risco; e ampla base de capital para sustentar seus ambiciosos (e viáveis) planos de crescimento.

"Esses resultados demonstram

que estamos no caminho certo e reforça cada vez mais nosso compromisso em buscar soluções inovadoras, customizadas e inteligentes para o brasileiro", conclui Macedo.



José Macedo: crescimento comprova a solidez da estratégia de expansão da companhia



Estamos seguros com a



Minha
empresa
está segura
com a ACE.

Seguros para empresas, pessoas e famílias | www.aceseguros.com.br

O que significa estar seguro com a ACE?

Significa que as necessidades de seguros de nossa empresa estão protegidas por uma das maiores e mais fortes seguradoras do mundo, presente em 54 países e líder em seguros corporativos no Brasil. Com classificação AA pela Standard & Poor's, nossa linha de seguros abrange propriedade, responsabilidade civil, vida, acidentes pessoais e resseguros. Soluções sob medida para pequenas, médias e grandes empresas.

OdontoPrev anuncia novidades em produtos e serviços

A OdontoPrev esteve presente na 10ª edição do Congresso Gestão de Pessoas promovido pela Associação Brasileira de Recursos Humanos (ABRH Bahia). O evento foi realizado nos dias 10 e 11 de setembro em Salvador (BA). O Congresso reuniu importantes lideranças empresariais, formadores de opinião e instituições de diversos segmentos. Na ocasião, o Grupo OdontoPrev apresentou alguns dos mais recentes produtos e serviços da empresa como: o plano Odonto Ideal, os planos PME e os aplicativos OdontoPrev e Rede UNNA.

O Odonto Ideal, uma nova opção para contratação de planos individuais e familiares, pode ser feita por qualquer pessoa de forma ágil e descomplicada diretamente pelo site www.odontoprevonline.com.br. O plano chega ao mercado com vários atributos e di-

ferenciais, entre eles a forma de pagamento, mensal ou anual, que permite que o consumidor adquira o plano de acordo com seu orçamento, de forma flexível e planejada.

Outra novidade são as opções de planos PME para atender às demandas específicas de empresas deste segmento. O cliente pode optar por dois modelos de planos odontológicos, de acordo com a necessidade e o perfil de sua companhia: os planos Master LE e Integral LE. O principal destaque é o lançamento do plano Master LE, com um amplo leque de coberturas, incluindo órtese, prótese e ortodontia (aparelho e manutenção), além de seis opções de reembolsos que garantem total flexibilidade para que o beneficiário escolha um dentista de sua preferência, caso o profissional não seja credenciado.

No estande também foram mostradas as funcionalidades dos apps



Estande da OdontoPrev: novidades no 10º Congresso Gestão de Pessoas (BA)

OdontoPrev. Lançado gratuitamente para dentistas credenciados Rede UNNA, a ferramenta possibilita maior praticidade e agilidade na captura e envio de imagens dos atendimentos realizados, como o ajuste automático de todos os recursos da câmera ao tipo de foto desejada, garantindo nitidez e qualidade.

Generali muda para novo endereço em São Paulo

A Generali continua com o plano de melhoria de sua operação no mercado brasileiro investindo na modernização de sua infraestrutura. Parte desta mudança começou em São Paulo, com o início das atividades da companhia em uma nova sede. Desde 27 de julho, a seguradora está no Berrini One, prédio moderno e planejado de acordo com os princípios da sustentabilidade. Nesta instalação, todos os colaboradores ocuparão um único andar, o que permitirá uma maior sinergia entre os departamentos da Generali.

“Esta mudança de estrutura faz parte da nossa estratégia de me-

lhorar das nossas operações. Ela permite darmos ênfase ainda maior na modernização e otimização da



Novo prédio da Generali: estrutura moderna e sustentável

operação, no aumento de rentabilidade e qualidade no atendimento e prestação de serviços, tanto para clientes como para corretores, com o objetivo de avançarmos de forma harmônica e sustentada” ressalta Hyung Mo Sung, CEO da Generali no Brasil.

O novo prédio da filial São Paulo possui certificação LEED (Leadership in Energy & Environmental Design) e foi desenvolvido para garantir a eficiência no uso dos recursos naturais: aproveitamento da luminosidade natural, utilização eficiente de fontes de energia renovável e reutilização de recursos hídricos e captação de águas pluviais para as áreas comuns.

**CHECK-UP RESIDENCIAL.
ANTES QUE ALGUMA COISA ACONTEÇA,
A LIBERTY SEGUROS JÁ RESOLVE.**



www.libertyseguros.com.br

#ESTATUDOBEM

A Liberty Seguros tem a solução ideal para a residência de seus clientes, com tudo o que eles precisam: revisão de instalação elétrica, troca de telhas e tomadas, fixação de antenas e prateleiras, limpeza de caixa-d'água e muito mais. Indique o Liberty Residência para os seus clientes.

Saiba mais em www.libertyseguros.com.br/corretores



**Liberty
Seguros**

Este anúncio possui informações resumidas. Consulte as opções de contratação das coberturas e assistência disponíveis. O registro deste plano na SUSEP não implica, por parte da autarquia, incentivo ou recomendação à sua comercialização. Processos SUSEP: 15414.004633/2004-34 e 15414.901916/2013-17. Liberty Seguros S.A. CNPJ nº 61.550.141/0001-72. Código SUSEP: 518-5. www.libertyseguros.com.br

Quais as soluções para os Seguros de Transportes?

Workshop promovido por entidades do setor debate medidas para esse tipo de produto

É delicado tratar de Seguros de Transportes, já que engloba tantos detalhes e, como o Seguro de Automóvel, sofre com frequência com o número de fraudes. Mas como descomplicar tudo isso e fazer com que o Seguro de Transportes alavanque no setor? Para debater sobre isso o Clube Internacional de Seguros de Transportes (CIST), o Sindicato dos Corretores de Seguros no Estado de São Paulo (Sincor-SP) e a Federação Nacional de Seguros Gerais (FenSeg) reuniu profissionais da área no workshop de Seguros de Transportes, no Circolo Italiano, em São Paulo, em agosto.

Aparecido Mendes Rocha, da Ló-

gica Corretora de Seguros, apresentou o primeiro painel. Ele explicou sobre como a seguradora pode não pagar o prêmio, quando houver alguma incoerência nas informações fornecidas no questionário de avaliação de riscos (isso é totalmente essencial na hora do corretor fechar um contrato). Também há outros motivos que podem levar ao cancelamento da apólice, unilateralmente a critério da seguradora, como discorreu Rocha: “nos seguros de transporte nacional e internacional, pode ocorrer por falta



Workshop reúne lideranças para discutir Seguro de Transporte

de pagamento do prêmio; decurso o prazo de seis meses sem que o segurado tenha averbado qualquer embarque, ou falência ou liquidação judicial ou extrajudicial do segurado. Nos seguros de responsabilidade civil dos transportadores e RCF-DC, somente por falta de pagamento de prêmio”.

A crise pode levar à oportunidade

Francisco Galiza apresenta palestra “Tendências Econômicas do Mercado Segurador do Brasil” na APTS

“O mercado de Seguros não está isento da crise”, comentou Francisco Galiza durante sua palestra na sede da APTS, em agosto, em São Paulo. Em sua visão, apesar das segu-

radoras apresentarem um bom resultado - mesmo durante o agravamento econômico que atualmente ronda o Brasil -, a situação das corretoras, infelizmente, já não se iguala. Por esse motivo não pode se dizer que o setor está indo bem com a crise, é preciso analisar melhor. “É nesse momento que a seguradora precisa estar mais presente. O corretor é o seu canal de distribuição, precisa ajudá-lo”, complementa.

Mas é nesse momento, que tudo parece ser complicado demais, que a criatividade se faz presente. “O corretor não pode focar em seguro automóvel, precisa perceber que há outros caminhos há seguir”, ressalta Galiza, sobre a importância dos cor-

retores perceberem que há outras cartelas a serem exploradas e novos métodos de vendas a serem usados.

Galiza listou algumas dicas que podem ser utilizadas nesse momento de crise pelas corretoras: (1) Conhecer bem o cliente. Entender a necessidade do mesmo utilizando as informações de forma eficiente; (2) A cada seis meses criar contato com o seu cliente. O segurado espera essa assistência; (3) Aproveitar cada momento do segurado. Quando ele precisar mostrar total eficiência, isso cabe também à seguradoras. Interação é importante por mais trivial que pareça ser e (4) Ampliar o espaço comunidade corretoras e segurados. Estar mais presente no cotidiano do cliente.



Francisco Galiza: “o mercado de Seguros não está isento da crise”

Chubb participa de almoço da Aconsef-SP

Executivos mencionam a importância das assessorias para a seguradora

Durante almoço realizado em setembro pela Aconsef-SP, no Terraço Itália, em São Paulo, o Ceo Nivaldo Venturini e a diretora de linhas pessoais Priscilla

Magni da Chubb Seguros comentaram sobre a o apoio das assessorias para que o produto seja apresentado da melhor forma ao cliente.

“A Chubb trabalha com diferencial e é reconhecida; por isso a importância desse canal de distribuição, pois por meio dele é possível passar essa imagem”,

Jorge Teixeira Barbosa, presidente da Aconsef, entrega placa de homenagem à Nivaldo Venturini, CEO da Chubb

ressalta Priscilla Magni ressaltando o fato de a assessoria ser essencial nesse momento de transição com a ACE, que ainda está em processo regulatório.

Venturini esclareceu melhor o que vem acontecendo entre a ACE e a Chubb: “Ainda estamos no processo preliminar, esperando pela aprovação dos acionistas nos Estados Unidos. Uma vez aprovada, será deflagrada toda a parte regulatória que pode ir até o primeiro trimestre do ano que vem”. Os executivos afirmam que apesar de todas essas mudanças, a Chubb ainda pretende ter o mesmo foco e expectativas com o seguro de alta renda.



Fenacor promove ciclo de seminários sobre Lei do Desmonte

Com o intuito de combater o comércio clandestino de peças, consequentemente diminuindo o número de roubos de carros, e até mesmo de acidente, por causa de peças danificadas, a Lei 12.977, ou mais conhecida como Lei do Desmonte segue em vigor desde 1º de maio de 2015. Para ressaltar ainda mais a importância dessa lei, a Fenacor promove um ciclo de seminários em São Paulo, desde o dia 12 de agosto. O evento também prioriza retratar assuntos como acidentes no trânsito.

Daniel Annenberg, diretor-presidente do Departamento de Trânsito de São Paulo (Detran-SP), comentou sobre os outros estados tomarem a mesma iniciativa que a cidade de São Paulo. “É fundamental, se não houver ações em outros estados haverá imigração da criminalidade. Os infratores daqui começarão agir em outros estados”, aponta.

Durante o painel de Acidentologia e Vitimação no Trânsito, o diretor do Centro de Pesquisa e Economia do Seguro (CPES) Claudio Contador apresentou diversas estatísticas sobre os impactos que acidentes causam na sociedade. “Quando acontece uma morte prematura, isso implica no custo da sociedade, perde um jovem que poderia ter colaborado com economia”, explica o economista sobre como mortes de jovens no trânsito implicam na economia, não só os custos hospitalares, mas aquele cidadão poderia ter sido um profissional capacitado que contribuísse para o desenvolvimento do país.

O presidente do Observatório Nacional de Segurança Viária, José Aurélio Ramalho, mostrou dados do trânsito brasileiro, ressaltando os altos números de acidentes com ví-

timas em todo o país, e concluindo que um dos maiores vilões é o uso do celular enquanto está se dirigindo. “Para orientar e repassar essas informações à população, não vejo ninguém melhor do que o corretor de seguros, que está em contato com o consumidor diariamente”, finaliza Ramalho sobre a importância dos corretores, no momento em que estão fechando contrato, falarem para os seus clientes sobre a prevenção de acidentes de trânsito.



Instituições debatem a importância da Lei do Desmonte

Brazil Dental

**A Brazil Dental
oferece oportunidades
para operadoras
impulsionarem seus
negócios e para
empresas ingressarem
no mercado de planos
odontológicos**

Rodrigo Califoni, CEO

Soluções completas permitem que seguradoras, administradoras de cartões, varejistas, bancos e gestoras de benefícios tenham suas próprias operadoras odontológicas e também possibilitam que operadoras médicas, odontológicas e de autogestão garantam foco no seu *core business* e maximizem seus resultados

Por conhecer muito bem como aproveitar as oportunidades de um mercado de elevado potencial, o segmento de planos odontológicos, a Brazil Dental, já nasceu grande, sendo a primeira e maior provedora exclusiva de serviços de gestão de operação de planos de assistência odontológica do país. Ocupa uma área de 800 m², com infraestrutura eficiente, sistemas, parque tecnológico de última geração, além de contar com uma equipe de 150 funcionários especializados.

Em seus primeiros oito meses de atividade a Brazil Dental já é responsável pelo processamento de 1,2 milhão de planos odontológicos de beneficiários vinculados a 10 marcas de mercado que compõe seu portfólio de clientes e acumula um faturamento de mais de R\$ 20 milhões no período.

A empresa iniciou suas atividades em janeiro de 2015, alcançando patamares compatíveis com seu plano estratégico de atuar suprimindo a demanda crescente por serviços qualificados de clientes que estão inseridos ou querem ingressar no segmento de planos odontológicos, um mercado de grande potencial e que apresenta oportunidades expressivas para construção de carteiras e operadoras de alta rentabilidade com valor significativo de mercado.

Segundo Rodrigo Califoni,

CEO e sócio da Brazil Dental, “a incorporação da especialização de nossos serviços, rede credenciada e plataforma tecnológica pelos clientes, bem como, a disponibilização de alternativa de acesso imediato aos novos entrantes no mercado garantiu uma excelente aceitação de soluções nesta fase inicial”.

Mercado e Oportunidades

Atualmente, apenas 11% dos brasileiros têm acesso a planos odontológicos, o que corresponde a 22 milhões de beneficiários, menos da metade dos 51 milhões de pessoas que possuem planos médicos. Apesar do percentual ainda ser bastante reduzido, nos últimos anos a venda de planos odontológicos ganhou força através de novos canais de distribuição como redes varejistas, bancos, seguradoras, dentre outros. Esses canais estão impulsionando o setor que atingiu crescimento médio anual de 26% nos últimos 10 anos.

Para suprir essa demanda, a Brazil Dental oferece ao mercado, o primeiro BPO exclusivamente odontológico do país, com a proposta de apoiar operadores e novos entrantes na gestão da operação, para que possam focar na captura do potencial de cerca de 90% da população que ainda não possui um plano odontológico.

“Se considerarmos que os planos odontológicos têm mensalidades bastante inferiores às dos planos médicos

e menos exigências regulatórias para contratação, esse mercado apresenta um potencial de crescimento muito mais amplo, pois, além dos 51 milhões de clientes que possuem planos médicos toda a população brasileira pode ter acesso a um plano odontológico” comenta Rodrigo Califoni, CEO da Brazil Dental.

Além das operadoras estabelecidas no mercado, o empreendedor acredita que dado o tamanho do potencial, este pode ser aproveitado por empresas que ainda não atuam no mercado e possuem grandes carteiras de clientes, capacidade de relacionamento e distribuição. “Esta oportunidade pode ser capturada por empresas que possuam canais de distribuição e carteira massificadas de clientes. Através de nosso modelo, elas podem ter suas próprias operadoras odontológicas com produtos de qualidade, rede credenciada nacional e preços competitivos, construindo um ativo cujo lucro operacional supera os 20% da receita líquida com valor de mercado acima de 20 vezes o EBITDA”, explica Califoni.

Para o empreendedor, a entrada no mercado para seguradoras, operadoras de planos médicos, varejo, bancos, administradoras de cartões e gestoras de benefícios pode ser viabilizada com o *outsourcing* de toda a parte transacional do negócio, compreendendo os sistemas em total *compliance* regulatório, a gestão da rede de dentistas, a operação cadastral dos beneficiários, meios de pagamento, call center de atendimen-



Sede da Brazil Dental, Edifício Evolution Corporate, em Alphaville/São Paulo

to, entre outros. “Com estes serviços as empresas podem focar no planejamento estratégico e na atuação comercial, resultando na ampliação da carteira de clientes, das suas receitas e resultados”, justifica.

Ainda segundo Califoni, o BPO, ou Business Process Outsourcing, garante a transferência de execução de determinados processos do negócio que não fazem parte do foco principal da empresa para um terceiro especializado, isso também pode beneficiar as operadoras que já atuam no mercado com o ganho de escala e qualidade de serviços, proporcionados por este modelo.

“Ao optar pelo sistema de BPO, a empresa tem vários benefícios, além de se tornar mais competitiva, fica mais focada no seu negócio, deixando os processos por nossa conta. Isso também contribui para aumentar a sua produtividade, ganhos de escala e otimizar custos fixos como, da mão de obra interna, os investimentos em tecnologia, transformando-os em custo

variável, seguindo uma tendência moderna de administração. Essa ferramenta também proporciona mais qualidade, eficiência e agilidade na execução dos processos e, conseqüentemente, a satisfação dos beneficiários e indicadores regulatórios”, acrescenta.

Qualidade e Negócios

Para garantir a aplicação da qualidade, inovação, produtividade e escalabilidade aos seus serviços, a Brazil Dental investiu fortemente em infraestrutura, tecnologia, processos e colaboradores. “O slogan ‘Somos Qualidade, Somos Negócio, Somos Brazil Dental’, expressa a nossa orientação à busca incessante pela qualidade dos serviços que entregamos aos nossos clientes e também ao nosso compromisso de nos posicionar como uma grande ferramenta de apoio à viabilização de negócios, principalmente no tocante a competitividade e resultados”, comenta Rodrigo Califoni.

O BD Connect, a plataforma e sistema transacional que detém os módulos utilizados para a prestação dos serviços às operadoras, tem capacidade altamente escalável e atualmente já está preparado para processamento de 5 milhões de beneficiários. Essa ferramenta própria e exclusiva da Brazil Dental foi desenvolvida utilizando as melhores práticas da administração de planos odontológicos disponíveis no mercado, garante total *compliance* regulatório (regulamentação ANS) em ambiente seguro, integrado, em tempo real e de alta disponibilidade, onde todos os *front ends* são personalizados com a marca da empresa contratante, garantindo a manutenção da identidade da mesma junto aos seus clientes e a integridade e segurança das informações de cada operadora, visto que as bases de dados são isoladas para cada operação.

O sistema gerencia toda a cadeia de operação dos planos odontológicos,

incluindo a parametrização dos planos, a autorização em tempo real dos tratamentos, o processamento das contas odontológicas, troca de informações no padrão TISS/ANS, gestão de imagens dos tratamentos (radiografias), além do portal de serviços online para beneficiários, corretores, dentistas, parceiros de distribuição e RH de empresas contratantes. Também oferece aplicativo para smartphone, e-commerce, automação para o PDV com meios de pagamento, disponibilidade em tempo real em plataforma web e uma infraestrutura que garante o funcionamento do ambiente 24 horas por dia e 7 dias por semana.

Ao contratar o sistema de BPO, o cliente também poderá integrar a Rede Brazil Dental que possui mais de 17 mil opções de atendimento em todo o território nacional, sendo que 55% de profissionais cadastrados possuem mais de dez anos de mercado e o restante conta com no mínimo, três anos de experiência. Ao ingressar na Rede Brazil Dental, a operadora tem acesso imediato a esses profissionais, não havendo a necessidade de investimentos na formação, adequação e gestão da rede de consultórios e clínicas credenciadas.

Outro ponto relevante é que a empresa dispõe de uma central de atendimento 0800 certificada, em conformidade as exigências da Agência Nacional de Saúde Suplementar (ANS) e órgãos de defesa do consumidor, que opera de forma personalizada para cada cliente no atendimento aos beneficiários, e de um serviço de processamento de chamados de ouvidoria.

A Brazil Dental também oferece todo apoio jurídico relacionado à comercialização dos planos odontológicos da operadora contratante, inclusive suporte às demandas oriundas de órgãos de defesa do consumidor, justiça cível e agência regulado-

Itaú Seguro Auto Roubo. Proteção sob medida para seu cliente a um preço acessível.



O Itaú Seguro Auto Roubo oferece proteção exclusiva contra roubo¹. Por isso, pode custar até 50% do valor de um seguro convencional. Ele garante até 80% do valor da tabela FIPE², e você ainda conta com assistência 24 horas³:

- Guincho para até 300 km
- Envio de chaveiro
- Transporte para os passageiros
- Socorro mecânico

Procure o seu Gerente Comercial.

Itaú Seguros de Auto e Residência S.A. CNPJ: 08.816.067/0001-00. Processo Susep: 15414.900287/2013-16. O registro desse plano na Susep não implica, por parte da Autarquia, incentivo ou recomendação à sua comercialização. Consultas, informações e serviços transacionais, acesse itau.com.br ou ligue para a Central de Atendimento Itaú Auto e Residência 3003 1001 (capitais e regiões metropolitanas) e 0800 720 1001 (demais localidades), de segunda a sexta-feira, das 8h às 22h, exceto feriados. Reclamações, cancelamentos e informações gerais, ligue para o SAC: 0800 728 0728, todos os dias, 24 horas por dia. Se não ficar satisfeito com a solução apresentada, de posse do protocolo, contate a Ouvidoria: 0800 570 0011, em dias úteis, das 9h às 18h. Deficiente auditivo/fala: 0800 722 1722, todos os dias, 24 horas por dia. 1. Não inclui cobertura para colisão ou incêndio. 2. Caso não conste o modelo do veículo na tabela FIPE, será considerada a tabela MOLICAR. 3. Consulte os limites de utilização nas Condições Gerais. Consulte os critérios de aceitação no site ou com o seu Corretor. Seguro válido para condutor habilitado a partir de 18 anos. Os serviços de assistência serão prestados por empresa terceirizada, previamente determinada, distinta da Itaú Seguros de Auto e Residência S.A. e com CNPJ próprio.

Itaú. Feito para você.





Rodrigo Califoni no centro de operações da Brazil Dental

ra, bem como realiza a elaboração dos arquivos contendo as obrigações regulatórias demandadas pela ANS e que são transmitidas após aprovação da operadora contratante.

Todos os serviços são firmados entre a Brazil Dental e seus clientes por meio de um contrato de nível de serviço, em que para cada atividade é estabelecida uma meta de qualidade e produtividade que pode ser acompanhada em tempo real através de uma área de acesso restrito na internet, contendo além destes indicado-

res, relatórios gerenciais diversos que podem auxiliar os clientes nas tomadas de decisões.

Ao contratar o BPO, o cliente da Brazil Dental pode escolher o pacote Full BPO, que engloba todos os serviços ou optar por módulos específicos de acordo com suas necessidades, sendo que o prazo de implantação do BPO ocorre geralmente entre 30 a 60 dias, variando de acordo com o escopo de contratação e customizações definidas.

Dentre outros aspectos os ser-

viços BPO auxiliam os clientes a racionalizar os de operação, pois são realizados com base em escalas que a maioria das operadoras nunca conseguiria atingir sozinha. “Mesmo as operadoras pequenas com menos de 100 mil vidas, desde que utilizem um modelo racional de precificação nos níveis adotados pelo mercado, podem atingir uma rentabilidade superior aos 20% da receita líquida, índice referencial saudável para o tipo de risco do negócio”, completa Califoni.

Todos os serviços foram estruturados de forma a maximizar os resultados dos clientes da Brazil Dental em todos os aspectos. “O modelo de geração de valor da Brazil Dental é composto por dois blocos de atuação, sendo o primeiro baseado no crescimento da carteira e das receitas por meio da elevação do foco estratégico comercial, da qualificação dos serviços e das ferramentas de precificação e distribuição de produtos. O segundo, onde são considerados os aspectos relacionados ao aumento de produtividade, ganho de escala e redução de custos, ambos os blocos culminando na maximização dos resultados e valorização da companhia”, finaliza o executivo.



Entrevista com Rodrigo Califoni, CEO da Brazil Dental

Para conhecer os diferenciais e vantagens da contratação dos serviços de BPO, da Brazil Dental, a **Revista Seguro Total** conversou com Rodrigo Califoni, CEO e sócio investidor da empresa. O executivo possui um profundo conhe-



cimento da cadeia operacional e comercial do mercado de operadoras de planos odontológicos, fruto de sua experiência de 18 anos como executivo no setor e passagem por todas as áreas de diversas operadoras odontológicas, é graduado em administração de empresas, com MBA em Gestão Empresarial pela FIA/USP com extensão pela Columbia University de Nova York/USA e PMD pelo IESE Barcelona/Espanha.

Seguro Total - Como o mercado de BPO vem crescendo no Brasil?

Rodrigo Califoni - Os serviços de BPO são amplamente utilizados internacionalmente para diversas atividades. No Brasil, a aplicação é mais comum em multinacionais com o intuito de otimizar custos, substituindo despesas fixas por variáveis, além de ser uma ferramenta para elevar a qualidade dos serviços prestados, confiando a execução a empresas com alto grau de especialização. No geral, em nosso País, a utilização das ferramentas é usual em serviços de manutenção, limpeza e conservação, folha de pagamento, call center, mas a cada ano registramos o incremento do uso destes serviços em outras atividades. No segmento médico já temos algumas empresas de BPO especializado em saúde realizando diversas atividades como conectividade, auditoria médica, aluguel de sistemas. Já no segmento odontológico, com o nível de especialização que

oferecemos, ainda é uma novidade, a receptividade tem superado nossas expectativas, tanto que, já administramos mais de 1,2 milhão de vidas e temos intenção de dobrar este número no próximo ano.

ST - Quais as vantagens das empresas ao optar pelo serviço?

RC - As vantagens são muitas, mas para facilitar a compreensão prefiro dividir em dois grupos: no primeiro temos as operadoras médicas, de autogestão ou odontológicas que já comercializam planos odontológicos, para estas empresas, as principais vantagens são a qualificação dos serviços, a expansão e qualificação da rede credenciada, maior disponibilidade para focar na estratégia de produtos e sua comercialização ao invés de se preocupar com atividades transacionais e repetitivas. Elas também eliminam investimentos em tecnologia e outros a cada mudança da legislação, por fim, o ganho de escala aplicado à redução de custos gerando maior rentabilidade ou maior competitividade à política de preços, uma vez que o setor de planos odontológicos vive um momento de concorrência acirrada em preços. Já, no segundo grupo, onde temos operadoras médicas que ainda não atuam no mercado de planos odontológicos e empresas com potencial para exploração desse produto como seguradoras, administradoras de cartões, varejistas e congêneres a vantagem é a possibilidade de ingresso imediato ao mercado atendendo todo o *compliance* regulatório, oferecimento de produtos com condições de competir em igualdade de condições com os principais players, a constituição de um novo vértice de receitas, o aproveitamento do fluxo de caixa gerado pelo negócio e principalmente a construção de um ativo de alto valor.

ST - Como funciona a contratação, execução e controle dos serviços?

RC - Os serviços podem ser contratados em módulos conforme as necessidades dos clientes. Através de uma reunião definimos uma lista de serviços que serão prestados. Para cada um deles são estabelecidas as premissas e condições de execução, além dos limites e exclusões. Feito isso, fixamos uma métrica de aferição de objetivo para cada serviço e estipulamos uma meta de qualidade. Desta forma, o cliente tem definido no ato da contratação os indicadores e níveis de serviço pelos quais fará o monitoramento da execução do contrato que podem ser acompanhados em tempo real através de uma área logada no site Brazil Dental.

ST - E quais são as perspectivas de negócios da Brazil Dental?

RC - Atualmente no mercado de planos odontológicos, apenas algo entre 10 ou 12 operadoras, são capazes de gerar relativa escala de forma independente, as demais 370 operadoras odontológicas, precisam de serviços como os prestados pela Brazil Dental para ganhos de escala com qualidade e se tornarem verdadeiramente competitivas e rentáveis. Somado a isto, temos o fato de que o mercado odontológico tem muito espaço para entrada de novos players, visto que 90% da população brasileira ainda não possui um plano odontológico, e que seguradoras, assistências médicas e empresas com carteira de clientes de alto volume podem facilmente chegar até estas pessoas através de seus canais. Posto isto, e considerando que a Brazil Dental dispõe de todos os dispositivos, recursos e serviços para viabilizar a entrada destes players no mercado de forma imediata, digo que nossas perspectivas de negócios são gigantes do tamanho do potencial do mercado dos planos odontológicos, e estamos pronto para isto.

Por uma São Paulo mais sustentável...

5ª edição da Virada Sustentável agitou a cidade mais movimentada do Brasil



Foto: Fotos Públicas

Por Mayara Simeão

Imagine bactérias que podem limpar a água ou purificar toda esta poluição existente aqui na capital paulista. Utopia? Esse assunto vai muito além de uma reflexão para a socióloga Holandesa Saskia Sassen, que participou da 5ª edição da Virada Sustentável, realizada em agosto, no Auditório do Ibirapuera, com o patrocínio da Liberty Seguros.

Pesquisas realizadas em todo o

mundo buscam formas para amenizar a poluição existente no ar e em oceanos e rios – que afeta diretamente toda fauna e flora aquática. “Cientistas estão trabalhando juntos para criar matérias sustentáveis para diminuir o uso de recursos naturais e meios poluentes. É incrível tantas possibilidades que temos...”, comenta Saskia sobre a existência de inúmeras formas de se usar a tecnologia para o bem e como a sociedade precisa se reorganizar para

viver de forma mais sustentável.

A socióloga relatou que todos os anos em que viveu em Londres nunca teve um carro, utilizava transportes públicos, e acha que as pessoas deveriam tentar outros meios também. Tocou no assunto das ciclovias que estão sendo feitas aqui na cidade, que é uma maneira de incentivar a população a deixar o carro e começar a pedalar. Além da necessidade de os governantes investirem mais em

transportes públicos que não agrifam o meio ambiente, como ônibus elétricos e metrô.

Nabil Bonduki, secretário municipal de Cultura de São Paulo e doutor em Estruturas Ambientais Urbanas pela Universidade de São Paulo (USP), também participou da palestra de Saskia Sassen e comentou sobre a sociedade ter uma mentalidade “Fordista”, onde tudo é feito de uma forma racionalista e individualista, que visa mais crescimento industrial e a produção capitalista.

Por conta disso as cidades foram construídas de forma insustentável, com número grande de carros e ausência de espaço para uma população que não para de crescer. Segundo o secretário e também relator do Plano Diretor da cidade, para discutir meios para ações mais sustentáveis, agora é mais do que hora de pensar em ações que visam o bem-estar de todo e não só lucros e luxos. “É preciso pensar de forma coletiva para viver de uma forma sustentável”, argumenta.

Sustentabilidade: um guarda-chuva amplo de temas

Como inspirar e mobilizar pessoas para a sustentabilidade a partir de uma abordagem mais positiva, propositiva e, sobretudo, mais sedutora para a população? Ou mostrar que a sustentabilidade não é ‘eco-chata’, e engloba uma guarda-chuva mais amplo de temas que a biodiversidade, preservação de florestas ou reciclagem – importantes, obviamente, – mas que inclui também erradicação da pobreza, mobilidade urbana, mudanças climáticas, água, cidadania, cultura de paz, entre tantos outros, geralmente não associados?

Foi com esses desafios em mente que um grupo de pessoas criou, em



A cantora Céu encerrou o evento em um show incrível no Parque Villa Lobos

2011, uma campanha de educação para o tema e deu a ela a cara de festival cultural, assim surgiu a Virada Sustentável.

Espalhada pela cidade, ocupando espaços públicos, parques, escolas e equipamentos culturais, a Virada Sustentável promove centenas de atrações e atividades que tenham como conteúdo principal os temas da sustentabilidade, utilizando o encanto das artes e do lúdico como ferramenta de informação e engajamento para causas.

Tem ainda como missão ma-

pear, divulgar e reforçar conexões entre grupos e redes de transformação nas cidades, promovendo dinâmicas de cocriação e coparticipação em todas as etapas, reforçando o aspecto essencialmente colaborativo do evento com diferentes atores sociais.

As ações e atrações são viabilizadas por patrocínios, e/ou resultantes de uma grande articulação na cidade, envolvendo organizações na sociedade civil, coletivos, equipamentos culturais, órgãos públicos, universidades e escolas, entre outros.



Da esq. para a direita: a socióloga Saskia Sassen, Ana Carla Fonseca, assessora/ONU e Nabil Bonduki, secretário municipal de Cultura de São Paulo

“De quem é a cidade?”

Mudanças claras na propriedade de terras urbanas confrontam um número crescente de grandes cidades com um novo tipo de política urbana. Várias das cidades da Era Urbana estão entre elas. Essas mudanças são principalmente de pequenas propriedades privadas particulares para grandes propriedades corporativas e de propriedade pública para privada. Formalmente, essas aquisições envolvem edifícios – pequenos e grandes, privados e públicos. Assim, a forma mais comum de descrever este processo é como compra de edifícios.

Mas quero argumentar que, na escala atual de aquisições, estamos efetivamente vendo uma sistemática transformação no padrão de propriedade de terras urbanas nas cidades que têm profundas e significativas implicações em termos de equidade, democracia e direitos. Isso ocorre especialmente porque o que era pequeno e/ou público está se tornando grave e privado, embora frequentemente com apoio local de governos. Alguns dos mais nocivos desenvolvimentos de “montagem de local” ocorrem quando uma ou duas quadras de uma cidade são adquiridas por um proprietário, seja local ou estrangeiro, e as autoridades da cidade cedem as suas exigências de fechamento de ruas e, mais frequentemente, em nome de aumentar a segurança.

A tendência é passar de pequenas propriedades inseridas em zonas urbanas, entrecruzadas por ruas e pequenas praças públicas, para projetos que absorvam muito desse tecido de espaço público. Isso privatiza e desurbaniza o espaço da cidade.

Esse gigantismo urbano em proliferação é ainda mais fortalecido e viabilizado pelas privatizações e desregulamentações que ocorreram nos



anos 1990 por grande parte do mundo e continuaram sendo realizadas desde então com apenas algumas interrupções. O efeito global tem sido a redução de edifícios públicos e uma escalada na quantidade de propriedades privadas. Isso traz consigo uma redução de textura e na escala de espaços anteriormente acessíveis ao público – um espaço que era mais do que apenas prédios públicos. Onde antes havia um prédio de escritórios governamentais lidando com os regulamentos e a supervisão deste ou daquele setor econômico público, hoje deve haver a sede de uma empresa, um prédio de apartamentos de luxo ou um shopping.

(...)

Há conceitos conhecidos que vêm imediatamente à menção, notadamente condomínios fechados e gentrificação. Eles ajudam a explicar parte disso. Mas estou interessada em ir além com o objetivo de chegar ao que podemos pensar como elementos construtivos da cidade. Um deles é a terra urbana. Outros são as grandes formações especiais dentro de quais ocorrem as transações e as mudanças interurbanas.

As grandes aquisições de terras urbanas – seja por estrangeiros ou locais – trazem urgência ao trabalho de

fazer ativamente o público e o político no espaço urbano. As grandes cidades complexas de hoje, especialmente quando globais, são um novo tipo de zona de fronteira. Enquanto a fronteira histórica, como era vista dos centros imperiais, ficava em trechos distante das ‘colônias’, hoje ela está profundamente dentro das cidades globais, algumas das quais são os centros imperiais de outrora. Atores de mundos diferentes se encontram ali, mas não há regras claras de enfrentamento. Esses atores vêm de várias configurações diferentes. Investidores chineses não são iguais a investidores britânicos, que por sua vez são diferentes de investidores holandeses ou do Cazaquistão. Aqueles que estão construindo novas e modestas economias de bairro são igualmente diversos: jamaicanos não são iguais a bengaleses e assim por diante. Assim como moradores de longa data e empresas antigas não são iguais a empresas de bairro ou novos magnatas estrangeiros investindo em cidades globais. É o mundo que se muda para dentro das cidades.

Trecho do artigo de Saskia Sassen traduzido por Fronteiras do Pensamento, publicado originalmente no site da conferência Urban AGE, em novembro de 2014

Sustentabilidade é o caminho...

A Academia Nacional de Seguros e Previdência (ANSP) engloba diversas cátedras, núcleos de estudos permanentes que abordam cientificamente todos os temas pertinentes a Seguros, Previdência Complementar, Capitalização e atividades correlatas. Recentemente houve a aprovação da criação de mais uma, agora voltada para a Sustentabilidade. A **Revista Seguro Total** traz entrevista exclusiva com Maria de Fátima Lima Mendes, coordenadora da nova Cátedra e participação de Mauro Batista, presidente da entidade. Confira:

Seguro Total - Por que a Cátedra foi aprovada apenas em 2015?

Mauro Batista - Sustentabilidade sempre foi o foco principal dos estudos, pesquisas e debates de todas as Cátedras da Academia. Em 2015, com a chegada da Fátima Lima na diretoria da ANSP, tivemos a oportunidade de reunir todas as pesquisas ligadas a sustentabilidade sob a guarda dessa nova Cátedra.

ST - Qual o objetivo da Cátedra de Sustentabilidade?

Fátima Lima - Nosso objetivo é contribuir para a disseminação da sustentabilidade no âmbito da ANSP, trazendo informações de relevância para o mundo acadêmico, ampliando o debate e contribuindo para o desenvolvimento sustentável dos negócios.

Em todo o mundo, cada vez mais organizações estão percebendo que incluir a sustentabilidade no centro dos negócios é uma iniciativa estratégica capaz de contribuir para o crescimento do negócio. Empresas com bom desempenho em questões concretas de sustentabilidade têm uma melhor performance operacional, além de apresentar menos risco e gerar mais retorno aos acionistas. Isso mostra como é importante ter uma

visão sistêmica dos impactos sociais, ambientais e econômicos nas nossas vidas e no mundo corporativo.

ST - Como surgiu a ideia da criação desta Cátedra?

Fátima Lima - Ao incorporar a sustentabilidade na estratégia de atuação da ANSP contribuimos para a perenidade do setor, preparando o mercado para uma visão de futuro com mais oportunidades de negócio e visão multistakeholder. Em todo o mundo, investidores buscam cada vez mais oportunidades de investimento que prometam trazer benefícios sociais e ambientais, além de retornos condizentes com os do mercado. A continuidade dessa tendência fortalece o compromisso com a sustentabilidade, que vem ganhando força em diferentes segmentos da economia.

Cada vez mais empresas, independente do porte ou setor de atuação, estão fortalecendo o compromisso com a sustentabilidade, integrando o tema em suas agendas estratégicas. Isso acontece porque, independente do setor em que atuamos, nossas atividades são profundamente afetadas pelas mudanças e impactos sociais, ambientais e econômicos.

Ser especialista em sua área de atuação e fazer uma boa gestão do capital financeiro não são mais os únicos pré-requisitos exigidos para o sucesso de uma organização. O novo marco leva em conta como movimentam os capitais social, natural e humano, assim como a transparência de suas práticas de governança. Essa nova abordagem sobre a avaliação das empresas reflete o ponto de vista de que as empresas mais bem-sucedidas são aquelas que buscam o equilíbrio entre os quatro aspectos ligados à sustentabilidade.

Ou seja, temos que entender que a sus-

tentabilidade vai muito além das questões ambientais e é capaz de gerar valor para toda a sociedade. Esse olhar estratégico a partir de um contexto mais amplo é fundamental para que as empresas fortaleçam o seu posicionamento e garantam a sua perenidade.

Somente assim conseguiremos fazer com que a sustentabilidade seja disseminada e entendida como uma peça fundamental que garante o pleno funcionamento do negócio e da sociedade, além de contribuir com conhecimento sobre temas políticos, econômicos, sociais, ambientais e de governança e como essas questões podem ser incorporadas na vida das pessoas e no mundo corporativo.

ST - Como as empresas (seguradoras) visam essa iniciativa?

Fátima Lima - No segmento segurador, nossa principal atividade é gerenciar e assumir riscos. E, para sermos sustentáveis, temos que trabalhar para reduzir esses riscos e compartilhar com todos os envolvidos novas formas de prevenção e proteção. Precisamos disseminar o conceito de sustentabilidade na ANSP e no setor brasileiro de seguros, levando essa discussão para o âmbito acadêmico e incentivando o estudo, a pesquisa e a disseminação de temas ligados ao mercado.

Ao investir na melhoria concreta da sustentabilidade, as empresas são capazes de gerar valor para seus clientes, para os acionistas e para a sociedade. Na realidade, a mensagem aqui é que precisamos pensar além da última linha do balanço, ou seja, ir além dos retornos financeiros e incorporar questões ASG (Indicadores Sociais Ambientais e de Governança) que provavelmente trarão impacto efetivo em seu desempenho no longo prazo.



“Crescer e Desenvolver: o Caminho é Simples?”

19º Congresso Brasileiro dos Corretores de Seguros

debate o futuro do setor frente a atual situação econômica do país

O setor de Seguros é responsável por 4% do PIB Nacional e cresceu 4,6% no primeiro semestre de 2015, comparado a igual período de 2014, com faturamento de R\$ 47,5 bilhões. Para o economista e apresentador Dony De Nuccio – um dos palestrantes convidados pela Federação Nacional dos Corretores de Seguros Privados e de Resseguros, de Capitalização, de Previdência Privada, das Empresas Corretoras de Seguros e de Resseguros (Fenacor) –, a turbulência atual é um momento que exige análise sobre a conjuntura econômica para ‘transformar o limão da crise em caipirinha de negócios’. “Todo empresário quer saber se é o momento de recuar, adequar estratégias ou investir. É disso que falaremos no Congresso, com foco no setor e suas atividades. Mas não apenas para o momento atual, o futuro também deve ser observado”, explica.

O 19º Congresso Brasileiro dos Corretores de Seguros é o segundo maior evento do setor no mundo e ocorre a cada dois anos a fim de aprimorar o conhecimento de corretores, que surgem de todos os cantos do país. Em paralelo, acontecem também a 18ª Exposeg e o 3º Congresso Brasileiro de Saúde Suplementar, todos promovidos pela Fenacor. Este ano, quem sedia o evento e acolhe os congressistas é um dos lugares mais visitados por turistas e onde fica uma das sete maravilhas do mundo, as Cataratas do Iguazu, em Foz de Iguazu (PR).

O tema deste ano “Crescer e Desenvolver: O Caminho é Simples?” traz uma indagação aos congressistas que será analisada durante as palestras feitas por diversos especialis-

tas renomados do setor e por representantes do governo. Ninguém menos que Joaquim Barbosa, ministro e ex-presidente do Superior Tribunal Federal (STF), para iniciar com a “Palestra Magna - Brasil: Reformas e Desenvolvimento”, articulando sobre ações governamentais e como isso afeta diretamente o setor corporativo.

Alexandre Camillo, presidente do Sincor-SP, discorrerá sobre os Desafios do Brasil Contemporâneo juntamente com Paulo Vicente, professor da Fundação Dom Cabral, que abordará a parte histórica do tema. No painel Estudo Socioeconômico das Corretoras de Seguros, Francisco Galiza, consultor da Rating de Seguros Consultoria, levará dados comparativos oferecendo uma visão mais esclarecedora da situação atual do país. Clovis de Barros Filho, Professor da Escola de Comunicações e Artes da USP conduz uma das últimas palestras com o tema “A vida que vale a pena ser vivida”, motivando tanto o lado profissional quanto o pessoal de todos os presentes no evento.

Os congressistas ainda vão ter um canal exclusivo para se comunicarem por meio de perguntas e esclarecerem dúvidas com o “App Fenacor”, aplicativo compatível com sistemas Android e iOS. Além da área específica sobre o Congresso de Foz do Iguazu, o aplicativo ainda tem ainda um espaço institucional com informações sobre a federação e as últimas notícias sobre o mercado segurador. A ferramenta estará disponível também na Apple Store e no Google Play podendo ser acessada por qualquer corretor de seguros, mesmo após o encerramento do evento.

Confira a programação:

Dia 8 de Outubro:

12h30 às 19h30

Credenciamento

13h às 19h

Exposeg

19h às 20h

Solenidade de Abertura

20h às 21h

Palestra Magna: Brasil-Reformas e Desenvolvimento

21h às 22h30

Jantar (Patrocínio Bradesco Seguros)

22h30 às 00h

Programação Cultural: Show RPM (Patrocínio Bradesco Seguros)

Dia 9 de Outubro:

16h às 22h

Exposeg

8h30 às 20h

Credenciamento

9h às 10h30

Painel 1: Os Desafios do Brasil Contemporâneo

10h30 às 11h15

Painel 2: Estudo Socioeconômico das Corretoras de Seguros

11h15 às 12h30

Painel 3: Vida e Benefícios

12h30 às 14h

Almoço (Patrocínio HDI Seguros)

14h30 às 16h

Painel 4: Acidentologia/Vitimação no Trânsito e Lei do Desmonte (12.977/14)

16h05 às 17h30

Painel 5: Saúde Suplementar e Ajuste Fiscal - As Oportunidades do Momento

17h30 às 18h45

Painel 6: Sua Vida em Movimento Seguro

20h às 22h

Jantar (Patrocínio Escola Nacional de Seguros)

22h às 23h30

Programação Cultural: Show Denorex 80 (Patrocínio Escola Nacional de Seguros)

Dia 10 de Outubro

16h às 22h

Exposeg

8h às 20h

Credenciamento

8h30 às 9h30

Painel 7: Educação Financeira

9h30 às 11h

Painel 8: Realidade Social e Econômica do Brasil e do Setor de Seguros

11h às 11h10

Entregas das Comendas da Fenacor aos homenageados

11h10 às 12h30

Painel 9: Crescer e Desenvolver: O Caminho é Simples? - Talk Show

12h30 às 14h

Almoço (Patrocínio HDI Seguros)

14h30 às 16h

Painel 10: A Vida que Vale a Pena ser Vivida

16h às 17h

Painel 11: Para Onde Caminha o Mercado de Seguros: Uma Visão Local e Global

17h às 18h

Painel 12: Uma Jornada Empreendedora e Segura

20h às 22h

Jantar (Patrocínio CNseg)

22h às 23h30

Programação Cultural: Show Dudu Nobre (Patrocínio CNseg)

7ª CONSEGURO PROMOVE ENCONTRO DE LIDERANÇAS DO SETOR



Fotos: divulgação CNseg

Evento promove cobertura plena de temas que contribuem para o aprendizado e reflexão de desafios e oportunidades de evolução para a indústria de Seguros

Por Aurora Ayres

Desafios e tendências do mercado segurador – setor que representa 6% do PIB, oxigena a economia e força-motriz que solidifica outros segmentos –, nortearam as palestras da 7ª edição da Conseguro - Conferência Brasileira de Seguros Gerais, Previdência Privada e Vida, Saúde Suplementar e Capitalização, realizado entre os dias 15 e 17 de setembro, em São Paulo. Em paralelo, o 4º Encontro Nacional de Atuários (ENA), o Seminário de Controles Internos e Compliance, a 5ª Conferência de Proteção do Consumidor de Seguros e o Seminário de Distribuição de

Seguros também trouxeram temas impactantes, como gerenciamento de riscos, tecnologias para o mercado, riscos emergentes e solvência.

Palco de importantes reflexões, o evento como um todo reuniu cerca de mil pessoas, entre dirigentes do setor, especialistas nacionais e internacionais, acadêmicos, técnicos, autoridades e representantes do Governo. Na abertura, Marco Antonio Rossi presidente da Confederação Nacional das Seguradoras (CNseg), enfatizou a importância da crença no país e a certeza da continuidade do desenvolvimento do setor com respaldo nos números do mercado. No primeiro semestre deste ano, o setor cresceu 13,8%

em comparação ao mesmo período de 2014. “A título de retorno à sociedade, como indenizações, benefícios de previdência privada e resgates de capitalização, em 2014, as empresas do setor pagaram a seus clientes um montante na ordem de R\$ 207 bilhões”, destacou.

Em três dias, foram abordados temas relacionados ao envelhecimento global, às tendências mundiais em regulação, aos riscos emergentes e à influência da tecnologia em escala global. Roberto Westenberguer superintendente da Susep, que representou o Ministro da Fazenda Joaquim Levy, ressaltou a importância da indústria do seguro como um agente do governo. “O Brasil vai

superar mais essa adversidade. O governo quer ouvir o setor. Há que se ter uma discussão franca sobre mudanças paradigmáticas. Existe pluralidade dentro do próprio governo e isso não é ruim. Já alcançamos algumas soluções que atingiram o setor”, avaliou.

Outro tema que ganhou destaque durante o encontro foi a influência da longevidade e seu impacto em todos os setores da economia, e, diretamente na indústria do seguro, tanto nos aspectos de regulação como na criação e tipificação de produtos. Em paralelo, o secretário de Políticas de Previdência Complementar, Jaime Mariz de Faria Junior, falou sobre a necessidade de uma revolução previdenciária no país e citou que a solvência deste setor ultrapassa a casa dos 90%. “O Brasil está caminhando para um modelo previdenciário onde os sistemas públicos, complementar e privado se integram”, ressaltou, complementando que o brasileiro não possui cultura financeira.

Visão holística: demografia x aposentadoria

Palestrantes internacionais trouxeram uma visão holística para o setor durante o Congresso. No painel “Como a demografia afeta o crescimento econômico”, Amlan Roy, chefe de Pesquisa em Demografia e Pensões Globais do Crèdit Suisse (Londres) analisou o mercado de seguros sob a ótica do crescimento demográfico. “Demografia é o único jeito de termos uma percepção do que pode acontecer daqui uns anos”, disparou Roy. “A população mundial está envelhecendo e isso implica diretamente na economia. Os idosos precisam ser vistos como pessoas ativas”, completou.

Em sua visão, as mudanças sociais e culturais também influen-

ciam o modo de compra das pessoas, como exemplo o uso da internet para a maioria das ações humanas e visões diferentes de conceitos e valores atribuídos atualmente à instituição família. Ele reforçou que a análise demográfica não se resume à idade, considerando também os aspectos sociais e as característi-



Amlan Roy, chefe de Pesquisa em Demografia e Pensões Globais do Crèdit Suisse

cas dos indivíduos. Segundo ele, o ponto mais crítico no Brasil hoje é produtividade do trabalho, alertando para o grande número de jovens desempregados, o que abala profundamente a economia.

Para o presidente da Global Aging Institute, Richard Jackson, “o mundo se encontra no umbral de uma transformação demográfica impressionante chamada envelhecimento global”. Em sua visão, existem duas forças por trás da transformação demográfica: a taxa de natalidade em declínio e o aumento da expectativa de vida. Em sua palestra “Envelhecimento Global e Aposentadoria em países Emergentes”, Jackson ressaltou que a previ-

ção para 2050 é que o Brasil tenha 40 idosos para cada cidadão economicamente ativo. “O país precisará expandir o alcance dos sistemas contributivos de aposentadoria, estender a idade máxima laboral e preencher a brecha resultante na renda de aposentadoria dada com a expansão da provisão de pensões de capitalização”, recomendou.

Riscos emergentes: esforço colaborativo

As catástrofes naturais são apenas uma das formas de riscos emergentes que afetam o planeta. O especialista Butch Bacani, líder da Iniciativa Financeira do Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (UNEP FI) chamou a atenção também para os chamados riscos de impacto social, advindos de uma constante violação aos Direitos Humanos, e os oriundos da governança corporativa, fruto de atos de corrupção.

“Nenhum setor pode resolver questões de forma isolada. É preciso criar uma estrutura para melhor



Butch Bacani, líder da Iniciativa Financeira do Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente

compreender os riscos emergentes e contribuir para o desenvolvimento sustentável do setor”, salientou Bacani, que abordou os Princípios para Sustentabilidade em Seguros (PSI, sigla em inglês), pacto assinado em 2012.

O especialista falou da importância da metodologia já aplicada por grandes companhias como a Swiss Re, Munich Re e Allianz para avaliar até que ponto o setor está evoluindo quando se fala em riscos sociais, ambientais e governamentais. “Essa questão sobre Direitos Humanos é muito delicada. Temos que perceber onde e como operamos. O setor de seguros pode ser um agente de mudança. São riscos difíceis de gerir, mas acreditamos que isso requer foco social e econômico mais fortalecido”.

Moacyr Duarte, pesquisador e engenheiro especialista em gerenciamento de riscos da UFRJ, abordou os riscos emergentes sob o ponto de vista ambiental em sua palestra intitulada “A Cidade Desmontada”. Citando a conhecida Lei de Murphy, argumentou que os indivíduos, geralmente, resistem a hipóteses negativas. Disse ainda que as falhas ditas



Pesquisador Moacyr Duarte, da UFRJ

como “secundárias” podem desorganizar uma cidade inteira. “A solução de qualquer coisa não deve ser feita a partir da qualidade, mas pelos defeitos. Toda solução cria novos problemas”, lançou. “Há muita gente informada, mas não consciente. Os métodos que utilizamos estão ficando para trás”, disse.

A Era da Saúde Digital



Ana Lúcia Riboli, atuária responsável da Bradesco Saúde

Há uma revolução da informação no mercado de Seguros em Saúde. O Big Data gera dados em gigantescos volumes e a pergunta que fica é: como extrair essa avalanche de dados em tempo real que chegam à nuvem de forma desestruturada? Este é mais um desafio para o mercado de Saúde. Isso ficou claro durante o painel intitulado “Big Data: a próxima etapa da revolução da informação no mercado de saúde”, no 4º Encontro Nacional de Atuários (ENA), evento paralelo à Conseguero.

Ana Lúcia Riboli, da Bradesco Saúde salientou que as variáveis são

muitas. Mudanças como o envelhecimento da população, o crescimento de casos das doenças crônicas e degenerativas geradas por alteração no estilo de vida, surgimentos de novas tecnologias e sistemas têm impactos nos custos das operadoras de Saúde Suplementar que, “a continuar nesse ritmo, poderá levar a um colapso do sistema”, concluiu.

É a era da Saúde Digital, em que cada vez mais os registros médicos são armazenados eletronicamente que incluem informações genéticas, ambientais, estilo de vida...Enfim, toda a história de vida de um paciente. “Temos um longo caminho pela frente, em termos de infraestrutura, privacidade e análise de dados. Estamos à beira de uma revolução e não podemos prever o futuro”, comentou o professor Renato Martins Assunção, do Departamento de Ciência da Computação da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), ressaltando que há formas de selecionar e organizar os dados disponíveis de forma a obter estimativas seguras que podem ser aplicadas ao gerenciamento de custos.



Renato Assunção, do Depto. Ciência da Computação da UFMG

Os meandros elásticos da inflação

De onde viemos e para onde vamos? A resposta não é fácil e pede um “olhar para o passado quando se



O economista Luiz Roberto Cunha, professor da PUC-Rio, com Helio Pavão

fala sobre inflação”, recomendou o professor de economia da PUC-Rio, Luiz Roberto Cunha durante o painel “Precificação em um cenário de inflação”. O economista fez um panorama de 30 anos pra cá e acentuou que desde o Plano Real o Brasil vem passando por mudanças econômico-sociais significativas, mas não no âmbito político, o que tem prejudicado o momento atual.

Cunha considera o Governo Lula como “Pragmático”, que trouxe um aumento de investimentos externos com índice de inflação relativamente baixo; crescimento dos emergentes com alta de preços na exportação e melhora da expectativa dos empresários e consumidores. Quanto ao governo Dilma, definiu-o como “Dogmático”, seu início trouxe uma nova matriz político-econômica com a aceleração de crescimento que ga-

rantiu ganhos sociais, representados em popularidade. Mas em 2011, essa matriz começou a dar sinais de esgotamento através do endividamento das famílias, gerando pressão política.

E para onde vamos? Na análise de Cunha, o Brasil está sob forte dependência de poupança externa; as negociações com o Congresso passam por avanços e recuos; a mudança na meta fiscal surpreende e há crises interdependentes de ordem econômica, política e judicial. Conclusão? A análise histórica mostra divergências contínuas e a convergência entre os índices no Brasil é quase impossível. A discrepância chega a 40%. “A única certeza que se tem é a de que os impactos dessa distorção quase nunca são neutros”, lançou.

Educação, pilar de qualquer sociedade

A educação é o principal pilar de uma sociedade, mas isso não é tão perceptível aos olhos da população. A criminalidade acontece, na maioria dos casos, por falhas ou falta de base educacional sólida, seja institucional ou familiar.

Estudos de Suncica Vujic, professora na Universidade de Antuérpia (Bélgica), que apresentou o painel “Correlação entre Educação, Violência e Aversão a Risco” apontam que houve mudanças positivas no sistema educacional do Reino Unido, como a inclusão de atividades extracurriculares. Com isso os jovens co-

meçaram a deixar a escola mais tarde, o que implicou diretamente na baixa do índice de criminalidade.

“Um ano a mais na escola e os índices de criminalidade, ligados a danos ao patrimônio, chegam a cair 2%, o que demonstra a relação relevante e inversamente proporcional de educação e criminalidade. É um tema complexo, mas ocupar os jovens na escola ou mesmo trabalhando, na fase adulta, tem reflexos diretos na queda da criminalidade”, acentuou a estudiosa.

Para Sérgio Besserman, professor da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio), aqui no Brasil um dos fatores que agregam para o país ter um índice tão alto de criminalidade é exatamente a baixa qualidade na educação pública. “Na questão da educação, o imaginário diz que todos estão matriculados, mas não há qualidade”, ressaltou.

Judicialização da Saúde: sintoma grave

O volume de processos de ações judiciais na área da Saúde, seja suplementar ou pública, é absurdamente robusto. Dados do Conselho Nacional de Justiça (CNJ) apontam 400 mil processos relacionados à saúde, em um universo de 100 milhões no total. “É preciso buscar alternativas para diminuir todas essas ocorrências”, disse João Galhardo, juiz e assessor especial do Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo.



Painel “Correlação entre Educação, Violência e Aversão a Risco”



Carlos Henningsen, Antonio Kropf, João Galhardo e Antonio Abbatepaolo

O conceito de Saúde é elástico e isso traz problemas ao Judiciário. Muitos casos que vão parar na Justiça não são realmente direito do paciente, mas o mesmo não se informa melhor, como explicou Galhardo: “Na Saúde Suplementar, há muitas reclamações sobre a operadora não ter liberado algum procedimento médico para o cliente, mas em muitos casos aquele procedimento não fazia parte da cobertura, e se torna mais um processo sem embasamento.”

Uma das parcerias já celebradas, apresentadas pelo palestrante, com foco na diminuição dessa avalanche de processos foi a parceria feita entre o Tribunal de Justiça de São Paulo, a FenaSaúde e a Abramge, para a criação de um Núcleo de Apoio Técnico (NAT) – proposta de composição entre os advogados dos autores, médicos e juristas para promover acordos com os demandantes judiciais – e a outra, firmada com a Agência Nacional de Saúde (ANS), que prevê o acompanhamento dos resultados desses núcleos. Outra iniciativa é um convênio entre o Tribunal de Justiça de São Paulo, a Unifesp e o Hospital das Clínicas para facilitar o diálogo

entre magistrados e médicos em relação aos casos cujos processos estejam correndo na Justiça.

Para Antonio Jorge Kropf diretor de Assuntos Institucionais da Amil, a judicialização da saúde é um sintoma de que algo está dando errado. “Qual a causa raiz do problema? Nosso sistema de saúde é único, complementar, suplementar e... Duplicado. Essa sobreposição de funções entre entes públicos e privados acaba gerando ineficiência, desperdício de recursos, ineficácia e iniquidade”, lançou.

“A judicialização não é o caminho. Devemos chamar ao diálogo os órgãos de defesa do consumidor, a Defensoria Pública, as instituições, o Tribunal de Justiça, as secretarias de saúde e outros atores para que a evolução aconteça dentro da realidade atual e resultar em um sistema sustentável a médio e longo prazos”, concluiu Carlos Henrique Henningsen, superintendente Jurídico da Golden Cross.

O médico Elliott Fisher, diretor do Instituto Dartmouth para Políticas de Saúde e Práticas Clínicas, do estado de New Hampshire, apresentou aos participantes as Accountable

Care Organization (ACO), modelo de serviço que envolve diferentes atores – de médicos e hospitais a fornecedores – e vem apresentando resultados expressivos nos Estados Unidos (EUA). Com uma concepção inovadora, as ACOs contribuíram de forma decisiva para a bem-sucedida reforma do sistema de saúde americano e integram o pacote de mudanças do programa ObamaCare.

Ao oferecer um atendimento de qualidade a custos mais enxutos, as ACOs atacam um problema que é compartilhado pelas redes de saúde de praticamente todos os países: os elevados gastos do setor. “Brasil e os EUA têm sistema de saúde muito diferentes, mas enfrentam o mesmo desafio: inflação médica mais alta do que a inflação geral de preços”, afirmou o presidente da Federação Nacional de Saúde Suplementar (FenaSaúde), Marcio Coriolano, que mediou a palestra de Fisher.

Ele também destacou um recente estudo do Grupo AON, que corrobora a tese. Nos EUA, de acordo com o levantamento, a inflação geral prevista este ano é de 1,76%, enquanto



Elliott Fisher, diretor do Instituto Dartmouth do estado de New Hampshire

a média gira em torno de 8,5%. Na Europa, os dois índices devem fechar o ano em 1,78% e 5,94%, respectivamente, enquanto na América Latina e Caribe, em 5,75% e 14%, respectivamente. “Com isso, o que vemos no Brasil é um modelo onde todos os integrantes do setor estão decepcionados: beneficiário, que paga pelo serviço e reclama dos reajustes; médico, que diz não ter nada a ver com o aumento dos custos; e governo, que sente o impacto na economia”, afirmou Coriolano.

Seguros Massificado e o varejo

Dinâmico e heterogêneo, o varejo tem um papel importante na expansão dos seguros. É um canal de distribuição que tem em sua essência um nível significativo de complexidade e requer o desenvolvimento de cultura e educação. No painel “A Rede Varejista como Representante de Seguros”, Tereza Gimenes coordenadora jurídica da Via Varejo ressaltou que o histórico do Seguro no Varejo traz ausência de uma regulamentação específica e de compreensão sobre os produtos e a forma de comercialização.

Em sua visão, o fundamental é o relacionamento: entre órgãos do consumidor (por meio de diálogo, da administração jurídica com foco no negócio e da antecipação de demandas) e entre as próprias empresas (por meio de parcerias, compartilhamento de experiências e visão criativa). “O consumidor consegue entender frases conflitantes sobre seguros. Temos que ter visão de conjunto e unir forças para passar o que se quer da melhor forma ao cliente”, argumentou.

Na ocasião, o superintendente da Itaú Seguros Guilherme Dutra apresentou dados de pesquisa da CNSeg

e do Ibope a respeito da venda de seguros de Garantia Estendida para buscar novas maneiras de ampliação do mercado. Entre 2008 e 2014, o número de pessoas que adquiriram esse tipo de apólice dobrou e a quantidade de seguros vendidos passou de 27,1 milhões para 46,1 milhões. “Apesar desse excelente desempenho, ainda há espaço para crescimento. Entre os chamados consumidores aleatórios, apenas 27% afirmaram terem comprado o seguro.”

O painel que levou o debate entre ‘cliente’ e ‘vendedor’, e como melhorar esse relacionamento, contou com a presença de Claudio Costa, diretor-executivo de Gestão de Pessoas do EcoRodovias, que apresentou a visão de cliente, quais os pontos positivos que o faz contratar a apólice e com qual seguradora. “O que me faz confiar na hora de adquirir um produto é o atendimento humanizado, ter alguém para acompanhar todo o processo”, comentou, exaltando a importância do corretor na hora de realizar a venda.

A especialização em determinado produto de uma seguradora é importante, ressaltou Murilo Setti Riedel, vice-presidente da HDI Seguros. “O mercado corporativo é muito amplo para esse segmento que requer muitas demandas. Dificilmente encontrará tudo o que precisa em apenas uma seguradora”, disse Riedel, salientando que quando se trata de produtos para o setor corporativo, o qual exige muitos detalhes, é quase impossível que o cliente encontrará tudo em uma seguradora. “Ele precisará fechar contrato com outras seguradoras também, e é função do corretor auxiliá-lo melhor nesse processo”, complementou.

“Corretores são prestadores de serviços e é preciso sempre ouvir o cliente”, complementou José Otá-



Murilo Setti Riedel, vice-presidente da HDI Seguros

vio, CEO da Willis, sobre o trabalho importante dos canais de distribuição para o melhor atendimento dos clientes. “Quem trabalha com seguros é um empreendedor, precisa entender que crise é cotidiano.”

Ética e Justiça

O que há de ético em consumir um produto ou serviço? O consumo leva a implicações que vão muito além de uma escolha pessoal. Dessa forma Solange Amaral, presidente do Instituto Municipal de Proteção e Defesa do Consumidor (Procon Carioca) iniciou o painel “Ética nas Relações de Consumo”.

Complexo, o conceito de ética é sempre lembrado quando se trata do servidor, mas será que o cliente também está cumprindo o seu papel? “O consumidor exige ética da empresa, mas será que ele procura saber se aquela roupa que ele comprou foi feita de forma ilegal, como por exemplo, por meio do trabalho infantil ou um produto que degrada o meio ambiente?”, indagou Solange.

Em sua percepção, a sociedade tem uma cultura errada sobre ética;



Carlos Guerra e convidados do painel "Ética nas Relações de Consumo"

por exemplo, quando o consumidor se sente lesado por conta de alguma ocorrência no produto, sempre procura os órgãos de defesa, mas, na maioria das vezes, não se preocupa em saber o histórico do fabricante.

As mudanças culturais refletem no modo de consumo, como explica Angélica Carlini, da Carlini Advogados. Ela ressaltou que hoje o mundo vive o hiperconsumo, onde tudo se

resume em comprar e que a pessoa é impulsionada pelo desejo, que muitas vezes não é necessário ou básico. Quanto à questão da relação entre consumidor/empresa, a advogada acredita que agora o melhor meio é usar a Ética Emancipatória, que permite um aspecto coletivo, uma mutualidade entre os dois lados. "Agir com os outros como você quer que ajam consigo", finalizou Angélica.

Uma das questões mais éticas e cívicas da contemporaneidade – Qual deve ser o papel do dinheiro e dos mercados em nossa sociedade? – foi abordada por ninguém menos que Michael Sandel, filósofo e professor da Universidade de Harvard, considerado "o professor mais popular do mundo", durante a palestra "O que é Justiça?", uma das mais esperadas pelos congressistas.

Entre as inquietantes perguntas feitas à plateia, Sandel salientou: "há poucas coisas que o dinheiro não pode comprar, mas será que há alguma coisa que não possa ser comprada?", disparou, provocando o início de uma reflexão moral. O filósofo atual mais ouvido de todos os continentes abusou do fascinante tema em sua palestra. Tema esse que pode ser debatido de forma exaustiva... Afinal, o que é legítimo e ilegítimo fazer com o dinheiro?

Congresso promove cerimônia de adesão à Carta de Compromisso dos Ouvidores do setor

Como parte da agenda da 7ª Conseguro, a CNseg realizou uma cerimônia de adesão das empresas do mercado à Carta de Compromisso dos Ouvidores de Seguros Gerais, Previdência Privada e Vida, Saúde Suplementar e Capitalização aos Consumidores Brasileiros, lançada pela entidade. A Carta reforça os três pilares de comprometimento do mercado segurador na isenção e ética na resolução de conflitos.

O primeiro é o reconhecimento da importância da preservação do acesso e da qualidade do atendimento ao consumidor como mecanismo de prevenção, solução e harmonização dos conflitos de consumo de seguros. Já o segundo pilar reafirma a atuação das ouvidorias na defesa dos direitos dos consumidores, conforme estabelecem as leis do setor, en-

quanto a terceira diretriz é promover e defender os valores centrados na harmonia, confiança e equilíbrio nas relações entre os consumidores e as instituições signatárias.

Durante a cerimônia, o 1º vice-presidente da CNseg e presidente do Conselho de Administração da Porto Seguro, Jayme Garfinkel, observou que com a implantação das ouvidorias "o mercado segurador ficou mais eficiente e evoluiu". Na sequência, a diretora da Associação Procons Brasil, Claudia Francisca Silvano, ressaltou a importância da interlocução dessas entidades com o mercado segurador, a qual possibilitará

um avanço em termos de respeito ao consumidor. "Os ouvidores precisam ser mais que ouvidores. Eles precisam resolver problemas", pontuou. Já a superintendente do Procon do Mato Grosso (MT), Gisela Simona Viana, afirmou que "temos um compromisso público. Nós temos uma carta assinada por diretores e por ouvidores que estão abertos ao diálogo."



Jayme Garfinkel e representantes de Procons

CORRETOR, CONTINUE CLICANDO E AUMENTE SUAS CHANCES DE GANHAR



Campanha Vida

#SELFIE dos CAMPEÕES



Vendeu. Clicou. Ganhou!

A Campanha do Seguro Vida da Yasuda Marítima continua. Seus pontos podem ser trocados por prêmios incríveis!

Envie mais selfies para ganhar mais pontos! Se você ainda não está participando, cadastre-se!

Confira os detalhes e o catálogo de prêmios em
www.selfiedoscampeoes.com.br

Período da Campanha:
1º de julho a 31 de dezembro de 2015

Digitalize este código e baixe o APP
Selfie dos Campeões



A SOLIDEZ DA AIG SEGUROS NO BRASIL E NO MUNDO

**NO MERCADO BRASILEIRO HÁ MAIS DE 65 ANOS,
COMPANHIA ACOMPANHA A EVOLUÇÃO
DE UM MERCADO DINÂMICO**



Paride Della Rosa, diretor-presidente

Por Aurora Ayres

Há mais de seis décadas instalada no Brasil, a American International Group, Inc. (AIG), uma das organizações líderes no mercado securitário internacional e que presta serviços em mais de 100 países e jurisdições, é referência mundial em seguros pessoais e corporativos.

A AIG é uma referência global no mercado de seguros. Em 2014, a Companhia cresceu 38% em prêmios líquidos emitidos. O principal foco da operação da AIG Brasil são as linhas comerciais, mas a seguradora tem investido também para crescer em produtos de pessoa física, como no ramo seguro de automóveis, por exemplo.

Em junho deste ano, a AIG lançou a Campanha Carros da Sua Vida, cujo objetivo é reforçar a estratégia comercial de seguros para automóveis e aumentar sua participação no segmento de seguros voltados para pessoas físicas. Com peças para TV, mobiliário urbano, ações de merchandising, mídia digital e impressa, a campanha mostra o vínculo emocional entre o carro e os bons momentos vividos por seus proprietários, em que os carros têm participação como fio condutor, ressaltando que o melhor de cada automóvel são as histórias e as emoções que eles carregam.

Nos últimos anos, a companhia lançou, no mercado brasileiro, produtos e serviços inovadores para empresas, acompanhando a evolução do mercado. Um rico portfólio que apresenta diversas linhas de negócios e uma ampla gama de soluções em seguros para quaisquer necessidades.

Entre os atrativos que diferenciam a AIG estão o expertise técnico, produtos diferenciados e a capacidade de risco que, no caso do Property 500, por exemplo, possui uma capacidade automática que contempla um limite de R\$ 600 milhões, com possibilidade de expansão até R\$ 1,5 bilhão. “A inovação e a busca constante de trazer ao Brasil novas soluções que apoiem o alto executivo é uma das premissas da AIG”, salienta Paride Della Rosa, diretor-presidente da AIG Brasil.

Com sede localizada em São Paulo, a companhia possui filiais no Rio de Janeiro (RJ), Belo Horizonte (MG), Curitiba (PR), Porto Alegre (RS) e São Paulo – Interior, com escritório em Campinas. Seu time de funcionários é formado por mais de 450 pessoas, com ampla experiência em subscrição de riscos, atendimento e sinistros.

Fachada do edifício onde está instalada a matriz da Companhia, na Vila Olímpia, em São Paulo



Proteção completa

No ano passado, a AIG trouxe ao Brasil o primeiro seguro de gestão para a sociedade, o Gestão Protegida 360°. Completo, o produto cobre reclamações recorrentes de atos de gestão, como práticas trabalhistas indevidas, reclamações de órgãos reguladores, além de ações e decisões inadequadas de gestores e diretores.

O seguro oferece coberturas de responsabilidade de gestão completas e com precisão para proporcionar a proteção necessária contra riscos que possam ameaçar a entidade, os funcionários e a diretoria. Pode ser contratado por empresas de diversos portes e setores, desde que tenham faturamento de até R\$ 200 milhões ao ano.

O produto é uma revolução nos seguros de gestão, pois é o primeiro seguro do Brasil a cobrir também a pessoa jurídica e, assim, oferecer uma solução completa para pequenas e médias empresas. “O pequeno e médio empresário tem muita preocupação com reclamações contra a gestão da sua própria empresa. Para ele, não é suficiente cobrir apenas as reclamações contra a pessoa física. Essa possibilidade não existia até o lançamento desse produto”, afirma Flavio Sá, coordenador de Produtos Financeiros da AIG Brasil.

A nova apólice da AIG tem escopo amplo de cobertura incluindo reclamações de funcionários passados e atuais, além de problemas com clientes e fornecedores. Mesmo atividades fraudulentas realizadas por terceiros em nome da Sociedade, sem a anuência da mesma, e que causem prejuízos a outros terceiros estão cobertas no seguro. “Este produto protege o balanço patrimonial da companhia e pode ser decisivo para a continuidade da operação de uma empresa desse porte”, reforça Sá.



Flavio Sá, coordenador de Produtos Financeiros da AIG Brasil

A AIG lançou também de forma pioneira, em 2014, o seguro M&A, voltado para operações de Fusões & Aquisições. O produto cobre eventuais quebras nas garantias dadas pelo vendedor ao comprador (passivo oculto), no contrato de compra e venda se algo inesperado ocorrer em determinado período após o fechamento

da transação. O seguro pode ser contratado por empresas em processo de fusão, aquisição ou reestruturação em transações entre US\$ 20 milhões e US\$ 1 bilhão, cobrindo as declarações e garantias que a parte vendedora oferece para a parte compradora.

As operações de Fusões & Aquisições mantiveram-se aquecidas durante 2014 e o 1º semestre de 2015. De acordo com a PwC, naquele ano, o Brasil assistiu a 879 transações e de janeiro a junho de 2015, a 406 operações. Conhecido em grande escala nos Estados Unidos e na Europa, o seguro ainda não estava disponível no Brasil. De olho nesse cenário, a AIG adaptou a solução ao país, por meio dos produtos de Linhas Financeiras da AIG.

O seguro de M&A surge como mais uma opção de mecanismo de garantia e, dependendo da transação, pode ser mais vantajoso para as empresas envolvidas do ponto de vista financeiro. “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, global head de Seguros de M&A da AIG, que lançou o produto no Brasil.

Essas declarações e garantias sempre têm algum mecanismo para que a parte compradora se sinta segura. O mais comum é a utilização das Escrow Accounts que, além de fazer com que a parte vendedora deixe parte do capital bloqueado por um longo período, traz ainda a necessidade de concordância das duas partes, compradora e vendedora, para a liberação de valores, caso imprevistos aconteçam depois da transação.

Outra vantagem oferecida pelo seguro M&A é a flexibilidade que o cliente tem de escolher, se assim desejar, as declarações e garantias específicas que integrarão a proteção do seguro. No Brasil, estão entre as mais vulneráveis, as garantias para processos trabalhistas, tributários e ambientais. “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 Flavio Sá.

Também de forma pioneira, a AIG trouxe ao Brasil, na década de 90, o seguro D&O (do inglês Directors and Officers), que cobre o patrimônio pessoal dos executivos de uma empresa por seus atos de gestão que, alegadamente, tenham causado prejuízos a terceiros.

Jovens profissionais no radar da AIG



Estande da AIG na POLI-USP

Como forma de retribuir à sociedade um pouco de tudo que já conquistou em toda a sua trajetória e, ainda, desmistificando o estigma de que o universo segurador gira em torno do “corretor de seguros”, a AIG tem marcado presença nas principais feiras de recrutamento do estado de São Paulo – como o Workshop Integrativo e o Recruta Fei organizados pelos próprios estudantes da Poli/SP e da Fei/SP, além da 38ª Semana de Recrutamento do Mackenzie/SP –, apresentando aos jovens profissionais o mercado segurador e as inúmeras oportunidades de carreira que o setor oferece. “Esta é uma indústria que oferece tantas oportunidades atrativas aos jovens recém-formados quanto qualquer outra. Este é um mercado fascinante e com muito potencial”, acentua o diretor-presidente da AIG Brasil, Paride Della Rosa.

Os eventos têm como objetivo aproximar os universitários do mercado de trabalho e abrir espaço para que os jovens tenham contato com as empresas expositoras e conheçam suas rotinas. Partindo dessa premissa, a AIG apresenta os caminhos profissionais que podem ser construídos no setor de seguros e na própria companhia, nas mais variadas áreas de atuação.



Nélia Soares, diretora de Recursos Humanos

“O mercado securitário brasileiro possui boas oportunidades de empregos para quem está em início de carreira, incluindo programas de estágio

e de trainee. O segmento, no entanto, ainda não é amplamente conhecido pelos jovens. Daí a importância de estarmos presentes nesses eventos dentro das universidades e nos aproximarmos ainda mais de um público com potencial de formação”, comenta Nélia Soares, diretora de Recursos Humanos da AIG Brasil.

Carreiras

Diversas profissões estão diretamente ligadas ao setor de seguros, uma vez que o mercado demanda expertise em diferentes posições. Os advogados, por exemplo, podem trabalhar na área jurídica das companhias; os engenheiros, na avaliação de riscos; profissionais de comunicação, como os graduados em marketing, publicidade e jornalismo, podem ocupar cargos no departamento de comunicação. Já em ciências atuariais, o profissional analisará e quantificará o risco presente nas operações, avaliando as possibilidades de danos e perdas da empresa, entre outras modalidades. “Durante as feiras universitárias, temos a chance de explicar esses processos de uma maneira leve e didática, falando a ‘língua’ do jovem”, ressalta Nélia.

AIG e os Jovens

A seguradora possui planos de carreira voltados a jovens aprendizes das mais diversas formações e culturas, apoiados em um ambiente dinâmico e motivador, com desafios constantes para quem tem paixão por realizações. “A AIG acredita que em cada indivíduo existem ambições, talentos e perspectivas. Essa diversidade de ideias nos permite somar resultados positivos para criar uma empresa líder e vencedora”, complementa Paride Della Rosa.

Ameaças controladas

De acordo com estudo publicado pelo Fórum Econômico Mundial, os riscos cibernéticos têm hoje uma classificação mais elevada do que quase todos os outros tipos de ameaça a empresas e populações. No ano de 2014, foram vinculadas somente pelo The New York Times mais de 730 notícias sobre Cyber Risk, ou seja, mais de duas por dia. Relatos recentes têm destacado ataques ao Senado dos EUA, bem como a algumas empresas globais. Apesar disso, muitas organizações ainda não reconhecem



a magnitude da ameaça, a importância de tomar medidas de segurança pró-ativas e a necessidade de proteção adequada às informações de clientes, fornecedores e da própria companhia.

Saindo à frente das demais, em 2012, a seguradora lançou de forma pioneira no Brasil o seguro Cyber Edge®, produto criado para proteger empresas e organizações contra riscos cibernéticos. A apólice oferece, entre outras, cobertura para danos causados por violação de dados, defesa do segurado por contaminação de dados de terceiros por vírus, honorários de consultores para amenizar danos à reputação da companhia e apoio tecnológico especializado.

“As empresas estão cada vez mais conscientes sobre os riscos de sofrer ataques de hackers e violações de dados, mas muitas ainda não se dão conta do tamanho dos problemas e prejuízos que esses ataques podem causar”, explica Flavio Sá, coordenador de Produtos Financeiros da AIG Brasil. “Um único vazamento de dados ou um ataque cibernético podem rapidamente levar ao acúmulo de problemas, tais como servidores desligados, violação de informações de clientes, danos à marca, perda de confiança e, finalmente, perda de negócios. É um verdadeiro efeito dominó”, destaca o executivo.

O Cyber Edge® separa em categorias claras e compreensíveis o conjunto complexo de possíveis riscos relacionados a informações digitais. A apólice cobre uma variedade de ameaças virtuais que qualquer organização que lida com informação eletrônica pode enfrentar, como responsabilidade de dados, interrupção de rede, lucros cessantes, danos à reputação do segurado ou até extorsão virtual.

Além de oferecer coberturas relevantes para os riscos cibernéticos, a AIG oferece, em conjunto com a apólice, consultoria de riscos. A proposta não é apenas indenizar o cliente em caso de sinistro, mas agir de forma efetiva, com

a ajuda de especialistas em segurança de informação, para que o segurado consiga rapidamente resolver o problema e minimizar os danos. A equipe de apoio da AIG também assegurará que sejam tomadas as medidas necessárias para mitigar novos ataques.

De acordo com a experiência da AIG com este tipo de apólice, lançada primeiramente nos EUA e Europa, praticamente todos os setores estão sujeitos a algum risco cibernético. “Qualquer organização que detém dados de clientes, realiza transações ou se promove por meio da web está em risco. Varejo, empresas de e-commerce, saúde, educação, governo e serviços financeiros são alguns dos setores que experimentam níveis particularmente altos de ataques cibernéticos, com hackers buscando informações pessoais identificáveis, números de cartões de crédito e registros médicos”, finaliza Flavio.

Seguro Ambiental para Transportes

No Brasil, mais de 3,5 mil substâncias são transportadas para diversos destinos em diferentes setores da indústria. Essas cargas exigem cuidados redobrados, pois podem causar danos à saúde e ao meio ambiente. O motorista precisa ter uma habilitação especial com treinamento adequado para carregar cargas perigosas, uma ficha de emergência com informações sobre o produto transportado e um kit com equipamentos de proteção individual para lidar com vazamentos. Esses cuidados, no entanto, nem sempre são suficientes para evitar um acidente.

Investindo em seguros ambientais no Brasil desde 2004 e contando com expertise internacional e equipe local especializada com formação específica e autoridade local, a AIG lançou, em 2013, o Seguro Ambiental para Transportes, com cobertura para possíveis danos que uma carga, seja perigosa ou poluente, possa causar ao meio ambiente e aos terceiros.

O Seguro cobre todos os custos de limpeza, que incluem: remoção, remediação e disposição final dos resíduos gerados. “A apólice da AIG também cobre os custos relacio-



Nathalia Gallinari, engenheira ambiental e responsável pela Subscrição de Riscos Ambientais da AIG Brasil

nados à investigação e ao monitoramento da contaminação do solo e subsolo, das águas de superfície e lençóis freáticos, e não se limita a situações súbitas e acidentais, ou seja, ampara também situações graduais”, afirma Nathalia Gallinari, engenheira ambiental e responsável pela Subscrição de Riscos Ambientais da AIG Brasil.

O Seguro da AIG oferece ainda cobertura automática para o tanque de combustível do veículo transportador e fluídos automotivos. O produto oferece um serviço agregado de atendimento a emergências ambientais que inclui

a prontidão do 0800, contrato com empresa especializada e Pronto Atendimento Emergencial básico.

A executiva ressalta também que o seguro cobre riscos não acidentais, além de trechos rodofluviais e extensão para países do Mercosul. “Um exemplo seria o caso de uma falha na válvula do tanque de combustível do caminhão, causando vazamento de combustível e, conseqüentemente, um vazamento, ainda que não tenha ocorrido um acidente com o veículo transportador”, explica Nathalia.



Paride Della Rosa é o responsável pela supervisão das operações da AIG Brasil, além das estratégias de negócios no país. Sua experiência e visão reforçam a performance de mercado e apoiam os planos futuros de crescimento da Companhia. Com sólida carreira no mercado internacional, antes de assumir a posição atual, o executivo atuou como CEO da AIG Meridional Seguros na Argentina e líder dos Países do Cone Sul. Foi também CEO da AIG na República Tcheca, além de atuar por dez anos no segmento de linhas financeiras, como gerente regional para o Sudeste da Ásia e China e como gerente regional para a América Latina.

Nascido na Itália, Paride Della Rosa morou por duas décadas no Brasil e está na AIG há 15 anos. É graduado em Administração pela Universidade Mackenzie de São Paulo e possui MBA pela Thunderbird School of International Management, do Arizona (EUA). “O mercado de seguros no Brasil vem crescendo significativamente nos últimos anos. Para os próximos, temos um plano de ações muito bem definido de expansão e diversificação por meio de produtos inovadores tanto no segmento Corporativo como no de Pessoas. Acredito que a operação da AIG Brasil tenha muito terreno para evoluir, sobretudo com produtos de consumo”, declara Della Rosa.

Nascido na Itália, Paride Della Rosa morou por duas décadas no Brasil e está na AIG há 15 anos. É graduado em Administração pela Universidade Mackenzie de São Paulo e possui MBA pela Thunderbird School of International Management, do Arizona (EUA). “O mercado de seguros no Brasil vem crescendo significativamente nos últimos anos. Para os próximos, temos um plano de ações muito bem definido de expansão e diversificação por meio de produtos inovadores tanto no segmento Corporativo como no de Pessoas. Acredito que a operação da AIG Brasil tenha muito terreno para evoluir, sobretudo com produtos de consumo”, declara Della Rosa.

AIG patrocina o Prêmio Comunique-Se 2015

A AIG patrocinou a categoria Jornalista de Esportes, do Prêmio Comunique-se. Em jantar em que a AIG convidou profissionais de comunicação, incluindo a Revista Seguro Total, foram premiados Abel Neto e Cléber Machado, da TV Globo, e Mauro Beting, do Lancenet, como os melhores do ano em mídia falada, locutor esportivo e mídia escrita, respectivamente. O patrocínio está alinhado com o histórico da AIG com o esporte. Desde 2012, é patrocinadora e parceira oficial de seguros da New Zealand Rugby, que inclui o time All Blacks. A AIG patrocina também o Programa +Esporte +Valores, que tem como missão engajar jovens de até 18 anos com os valores e habilidades do rúgbi dentro e fora de campo.



Abel Neto, Cléber Machado, Mauro Beting e Paride Della Rosa



Affonso Fausto, José Agostinho Gonçalves e Renato Gonçalves

SBCS se renova e traz novidades ao setor

Tradicional entidade se lança em novo ciclo de atividades com workshop internacional e conta com o apoio da mídia especializada para a profusão desse novo momento

Por Aurora Ayres

Um novo fôlego vem marcar a história de 63 anos da Sociedade Brasileira de Ciências do Seguro (SBCS), que nos últimos anos se encontrava adormecida enquanto entidade ativa que já foi no passado. Com uma vasta e ambiciosa gama de objetivos sociais, a SBCS assume uma nova postura para oferecer o que tem de melhor aos profissionais do setor. Para isso, passou a investir na renovação de seus processos internos com novos projetos. Entre as ações recentemente realizadas estão o lançamento da nova identidade visual, a apresentação de novo portal (www.ciencias-



doseguro.org.br) e sua abertura social da para o mercado.

Ao retomar seu ciclo de atividades, a entidade inicia com o Seminário Internacional de Seguros Pessoais - Crescimento do Mercado em tempos de crise – realizado no dia 1º de outubro na cidade de São Paulo e que contou com a participação de executivos da sucursal portuguesa do Grupo Prévoir, companhia francesa centenária de Seguros de Vida. (leia matéria sobre o evento em nossa próxima edição).

Além do estímulo proporcionado pelos seminários, encontros, debates e palestras, a SBCS tem como propósito o intercâmbio

cultural visando o aperfeiçoamento profissional entre entidades nacionais e estrangeiras com a promoção de ações dentro e fora do país. “Não temos recursos próprios. Pedimos o apoio do mercado de Seguros e contamos com a participação efetiva de novos interessados do setor, pois temos uma grande vocação e uma função social a cumprir”, frisou Affonso Fausto, presidente da entidade. “Estamos reestruturando a SBCS, buscando associados mais participativos e realmente interessados em Seguros. Pretendemos desenvolver cada segmento dos diversos ramos de Seguros com significativos representantes do mercado”, completou José Agostinho Gonçalves, executivo da sociedade.

Como crescer em momentos de crise?

“Será que existe mesmo um cenário de crise no Brasil? Não sei se existe risco sistêmico para o setor financeiro do país. Parece que não; mas os elos fracos vão precisar de ajuda...” Dessa forma, o presidente da SBCS, Affonso Fausto, iniciou uma reunião informal com a imprensa especializada no dia 9 de setembro para apresentar o novo momento em que a entidade se encontra no mercado de Seguros. Mas, quem são esses elos fracos? Para Fausto, os elos fracos são os segmentos que lidam diretamente com importação, ao contrário dos que ganham com a exportação de produtos.

Renato Gonçalves, diretor da Movida Seguros para Pessoas, local aonde foi realizado o encontro, complementou dizendo que hoje o elo fraco do setor é o próprio corretor de seguros. “É o primei-

ro profissional que sofre com a crise econômica, pois se fixam na venda de seguro de Automóveis. Eles devem estar atentos às oportunidades que surgem no mercado de seguro de Vida”, salientou. “As seguradoras sentem falta de produtos novos, de produtos que atinjam novas alternativas estratégicas”, salientou.

Osmar Bertacini, membro da SBCS, também presente na reunião, concorda que o elo fraco é o corretor. “A crise ajuda a exterminar quem se diz corretor e não é. O corretor de seguros deve ser um profissional habilitado. Não é gerente de banco que vende Seguros. O corretor não pode vender só Seguro Auto. Temos 204 milhões de brasileiros e apenas 18% têm Seguro de Vida; 10% tem Seguro Residencial”, afirmou.

Na ocasião, Fausto ressaltou o fato de haver crescentes pedidos de recuperação judicial (que ele chama de ‘nome novo’ da concordata) – cerca de R\$ 20 bilhões estão sob recuperação judicial – recurso este que “deveria ser pago aos clientes”, frisou.

Outro ponto mencionado por Fausto foi que as empresas são incapazes de honrar seus compromissos – um déficit de cerca de R\$ 50 bilhões –, que acaba gerando novas oportunidades para o mercado. “Muitas empresas estão passando por dificuldades; isso abre oportunidades para nosso setor, que deve identificá-las, não só desenvolvendo novos produtos mas capacitando profissionais que devem se adaptar à atualidade”, ressaltou. “A função social do corretor de seguros é fundamental. Ele é o mensageiro da esperança!”, finalizou o executivo.

Nova identidade visual



Home do novo site: www.cienciasdoseguro.org.br



- Preservação da tradição com a logomarca histórica
- Redução do nome para a sigla, facilitando a comunicação
- Inserção da "Cultura" como parte da identidade da SBCS

Trajетória da SBCS

A Sociedade Brasileira de Ciências do Seguro (SBCS) foi fundada em 6 de agosto de 1953. Entidade sem fins lucrativos é uma das organizações mais tradicionais do mercado, voltada ao desenvolvimento profissional e da Cultura do Seguro. Conta com o apoio de associados, pessoas físicas e jurídicas e igualmente com a participação decisiva do mercado de Seguros.

Seu objetivo é promover atividades de caráter cultural, educacional, de formação profissional e de cunho social, bem como o estudo, a pesquisa, o ensino e a divulgação das Ciências do Seguro por meio de palestras, simpósios, encontros, seminários, exposições e cursos destinados ao desenvolvimento cultural e ao aperfeiçoamento profissional de seus membros e da coletividade em geral.

O seu sucesso associativo só foi possível a partir da direção de líderes fortes e esclarecidos do mercado

segurador, formados sob os mais diversos aspectos profissionais, como os de Egon Felix Gottschalk, do Cav. Humberto Roncarati, de Osório Pâmio, de Alberico Ravedutti Bulcão, de Sérgio Túbero, de José Francisco de Miranda Fontana, de José Sollero Filho, de Ângelo Arthur de Miranda Fontana, de José Carlos Stangarlino, Serafim Gianocar e, atualmente, o diretor Affonso Heleno de Oliveira Fausto, presidente com mandato até 2016.

Assim, nesta gestão que termina em 31 de dezembro de 2016, o presidente conta com os diretores Plínio Machado Rizzi, Osmar Bertaccini, Marcelo da Rocha Azevedo e Miguel Roberto Soares Silva. No Conselho Fiscal, Pedro Barbato Filho, Paulo de Tarso Meinberg e Nilson Arello Barbosa. Já o Conselho Diretor é composto por conselheiros natos, ex-presidentes da SBCS e que hoje são: Ângelo Arthur de Miranda Fontana,

José Francisco de Miranda Fontana e José Carlos Stangarlino.

A entidade foi o primeiro "Centro de Ensino" no Brasil dedicado à formação de profissionais do setor de Seguros, com cursos e palestras regulares abertos ao mercado, gratuitos e também patrocinados, além de conteúdos de formação personalizáveis e também In Company.

Missão

- Promoção de palestras, simpósios, encontros, seminários, exposições e cursos destinados ao desenvolvimento cultural da sociedade e ao aperfeiçoamento profissional no mercado de Seguros, inclusive expedindo os respectivos Certificados de Presença ou de Aproveitamento;

- Promoção de intercâmbio técnico e cultural entre entidades congêneres nacionais e/ou estrangeiras e a participação em congressos e em outros eventos culturais, dentro e fora do país.

Você é especialista em oferecer o melhor para seus clientes.

Afinal, é você que está sempre ao lado deles orientando escolhas e oferecendo o que há de melhor para o seu futuro.

CORRETOR, VOCÊ ESTÁ DE PARABÉNS.

12 de outubro. Dia do Corretor de Seguros.

Conheça nosso portfolio de produtos.

Central de Relacionamento: 0800 285 3002

ESPECIALISTA NO QUE TEM VALOR PRA VOCÊ.

icatusseguros.com.br

Icatu
SEGUROS



20º Congresso Abramge e 11º Congresso Sinog debatem questões sobre Saúde

Fotos: Divulgação Abramge

Evento reuniu representantes de operadoras médicas e odontológicas e demais modalidades que completam a cadeia de Saúde Suplementar

Por Aurora Ayres

O setor da Saúde responde por 10% do PIB e vem evoluindo em cada um de seus elos. Deve se reconhecer e ser reconhecido como uma plataforma de desenvolvimento social e econômico do País. Sua integração entre elos e com o setor público deve ajudar a responder com urgência perguntas recorrentes: quais as perspectivas e desafios para que tenhamos uma saúde de qualidade para todos? Questões como estas foram debatidas durante o 20º Congresso Abramge e 11º Congresso Sinog, realizados nos dias 27 e 28 de agosto, em São Paulo (SP).

Arnaldo Jabor, comentarista da

TV Globo, abordou o cenário político durante a Conferência Magna do evento. Em sua brilhante palestra, desenhou panorama sobre a atual conjuntura política que o Brasil enfrenta. Otimista, acredita que com as recentes prisões de políticos e empreiteiros envolvidos com o mensalão e os desvios da Petrobrás – investigados pela operação Lava-jato da Polícia Federal. “O país está passando por uma mutação histórica extremamente importante, para melhor, com o surgimento de uma nova cidadania”.

A palestra Panorama Atual e Perspectivas, de Pedro Ramos, diretor da Abramge, apresentou o balanço das ações iniciadas em reunião realizada na sede da entidade em julho de

2014. Naquela ocasião, fora decidido em reunião com diversos atores da Saúde Suplementar, a necessidade de



Arnaldo Jabor: “o país está passando por uma mutação histórica importante”



Pedro Ramos: "ainda há muito por vir. Ocorrerão prisões em todo o Brasil"

atuar contra a 'máfia das próteses' que lesa os sistemas público e privado de saúde. Entre os resultados apresentados estão mais de duas horas de exibição de notícias televisivas de âmbito nacional, mais de 300 notícias (entre impressas e onlines), a criação de três CPIs (Câmara dos Deputados, Senado Federal e Assembleia Legislativa do Estado do Rio Grande do Sul), elaboração de diversos projetos de leis (PL) – com destaque para a de criminalização de condutas da máfia das próteses, como superfaturamento e indicação de cirurgias desnecessárias – e as prisões ocorridas em Montes Claros, Minas Gerais.

Desafios da Saúde Suplementar

Antonio Carlos Abbatepaolo, diretor executivo do Sistema Abrange/Sinamge/Sinog, iniciou o debate "Desafios da Saúde Suplementar" retratando a importância do mercado de planos de saúde, terceiro maior desejo do cidadão brasileiro – de acordo com recente análise realizada pelo Ibope Inteligência – que apontou também: 75% dos beneficiários estão 'satisfeitos' ou 'muito satisfeitos' com seus planos de saúde. Na continuação demonstrou que,

segundo dados da Agência Nacional de Saúde Suplementar (ANS), pela primeira vez na história, desde que a agência reguladora foi criada (ano 2000), houve queda do número de beneficiários de planos médico-hospitalares, com perspectiva de encerrar o ano com índice negativo.

Albucacis de Castro Pereira, representante da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC), fez extensa exposição sobre as dificuldades encontradas pelos comerciantes em continuarem



Antonio Carlos Abbatepaolo abriu debate sobre os desafios da Saúde Suplementar

pagando a crescente conta decorrida dos planos de saúde, que atualmente alcançam entre 13 e 15% das despesas empresariais. Pereira acredita que é preciso alterar o modelo de remuneração dos prestadores acomodados em receber sem demonstrar qualitativamente as vantagens de seus serviços, avaliar melhor a incorporação de novas tecnologias que corroboram para o aumento dos custos. Encerrando, afirmou ser preciso a cadeia da saúde suplementar encontrar um meio de todos ganharem, com foco no consumidor, que não está mais conseguindo pagar pelo plano de saúde.

Reinaldo Scheibe e Geraldo Lima

comentaram que as operadoras também estão preocupadas com os custos administrativos, mas também com os altos valores das multas aplicadas pela ANS e a grande demanda gerada pela ininterrupta regulamentação do setor. José Carlos Abrahão, diretor-presidente da ANS, assegurou que a agência está preocupada com a condição, principalmente dos consumidores, mas sem esquecer de prestar a devida atenção aos demais envolvidos do segmento de saúde suplementar. Afirmou que o setor precisa urgentemente sentar para discutir um novo modelo de remuneração, pois do jeito que está não dá mais. E avisou que se o setor não se acertar, a agência irá interferir nesta negociação. "O foco é melhorar o atendimento do consumidor", disse.

Encerrando o primeiro dia do Congresso, o filósofo, escritor e ensaísta Luiz Felipe Pondé, fez uma excelente palestra sobre o cenário social brasileiro e disse que, há quatro ou cinco anos, o país tem passado por importante transição democrática com o apoio de pessoas jovens, que possuem uma mentalidade mais liberal, aberta a novos conhecimentos e experiências; e encerrou: "uma democracia é feita por pessoas, mas garantida por instituições".



Luiz Felipe Pondé: "uma democracia é feita por pessoas, mas garantida por instituições"

Impacto da Judicialização

No segundo dia do 20º Congresso Abramge e do 11º Congresso Sinog, Deborah Ciocci, desembargadora do Conselho Nacional de Justiça (CNJ), falou sobre o Impacto da Judicialização e a importância da especialização dos magistrados em determinados temas, como é o caso da saúde, para possibilitarem a criação de varas com temas específicos para agilizar processos. Ciocci falou também da seriedade de Núcleos de Apoio Técnico e de Mediação (NAT) como os de Minas Gerais e Rio de Janeiro, além de elogiar a mediação entre beneficiários de planos de saúde e suas operadoras realizada pela ANS, com índice de resolução próximo a 80%.

A conferência de encerramento do evento contou com a presença de Henrique Meirelles, ex-presidente do Banco Central. Na ocasião, discorreu sobre o cenário econômico, demonstrando por meio de dados compilados, possíveis projeções econômicas brasileiras – pessimista, básica e otimista.

A estimativa de Meirelles é que



Henrique Meirelles: “perspectiva de melhora só para 2017”

o crescimento do Produto Interno Bruto (PIB) do Brasil possa chegar a 2,5% ao ano na próxima década, caso o governo consiga implementar com sucesso os ajustes na economia brasileira. Em um cenário pessimista, em que o governo não seja bem-sucedido na condução do ajuste fiscal, o PIB potencial na próxima década cairia para 1,2% ao ano.

No curto prazo, há vários problemas conjunturais a serem resolvidos. Em sua análise, é necessário reduzir a inflação, ajustar o setor externo e aumentar o superávit fiscal. Meirelles reforça que a depreciação do real e o aumento do

dólar impactam diretamente nas atividades do setor de Saúde. “Na realidade não existe um valor certo para o câmbio. Esse valor deve ser resultado de um equilíbrio de diversas variáveis na economia. A história mostra que não há como fixar taxas de câmbio, pois não há eficácia nisso”, salientou.

Para gerar crescimento sustentável, há problemas estruturais a serem resolvidos: fatores que reduzem a atratividade de investimento (infraestrutura, “red-tape”, impostos elevados) e educação baixa, mas atribui ao contínuo avanço da educação a distribuição de renda ficar cada vez mais justa, impulsionando o consumo de bens duráveis; porém alerta que a baixa qualidade do ensino continua sendo um problema grave no país.

Dentro de um cenário econômico otimista, Meirelles avalia que uma melhoria no ambiente de negócios, tornando os investimentos mais atraentes, pode fazer o Brasil crescer mais do que 4% ao ano, mas deixa claro que em 2015 a recessão será elevada, com inflação próxima a 6,5%; em 2016 deverá ficar estável; e em 2017 a perspectiva é de melhora – dependerá somente do cenário que será alcançado.



Deborah Ciocci falou sobre o impacto da Judicialização



A solução moderna e econômica.



A forma antiga de transportar.



 **MELHOR CUSTO-BENEFÍCIO**

 **CAPACIDADE DE CARGA 2.25m² e 350kg**

 **25KM/L**

 **MOTOR 200CC**

 **EIXO CARDAN E DIFERENCIAL**



www.triciclosmotocar.com.br | **0800 092 3468**

EMPRESA 100% BRASILEIRA 



Todos juntos fazem um trânsito melhor.

Veículo homologado pelo DENATRAN e IBAMA podendo circular em qualquer via pública brasileira. A Motocar, reserva-se o direito de modificar equipamentos ou especificações técnicas sem prévia notificação. Garantia de 1 ano sem limite de quilometragem válida na Rede de Concessionárias Motocar. Fotos ilustrativas.

Proteção ao alcance de todos

No combate à desinformação sobre o Seguro Residencial, FenSeg lança cartilha detalhada e conta com o apoio da mídia, órgãos de defesa do consumidor e da indústria seguradora para divulgá-la ao consumidor



A cultura do seguro residencial ainda é incipiente no Brasil. Por outro lado, nem a recessão parece afetar o mercado de seguro, que permanece em constante crescimento. Por que isso acontece? “Porque o Brasil é um país subsegurado. Temos potencial para crescer um terço do que já temos em Seguros Gerais”, responde Paulo Marraccini, presidente da Federação Nacional de Seguros Gerais (FenSeg). A maior parte da população desconhece as coberturas que fazem parte do seguro Residencial, os direitos e os deveres, as exclusões e os serviços oferecidos pelas seguradoras. O valor da apólice desse tipo de seguro também é superestimado, pois se tem a ideia de que é bem mais caro do que um seguro de automóvel, já que uma casa vale muito mais do que um carro.

Isso ficou claro durante o workshop temático sobre “Seguro Massificado”, elaborado especialmente para jornalistas, promovido pela Confederação Nacional das Empresas de Seguros Gerais, Previdência Privada e Vida, Saúde Suplementar e Capitalização (CNseg) e FenSeg, em setembro, em São Paulo. Na ocasião, foi apresentado um estudo inédito sobre o Índice de Penetração (IP) do seguro Residencial no Brasil, que, segundo levantamento da FenSeg, mostra que as regiões Sudeste e Sul são as que têm os maiores índices de penetração do produto. No entanto, menos de 15% das residências são seguradas.

O seguro residencial é bem mais barato do que se pensa. Freitas ressalta que “o valor de um seguro residencial é



Paulo Marraccini, presidente da FenSeg

módico. As pessoas tendem a achar que para segurar uma casa ou apartamento terão que pagar um valor alto, mas isso não é verdade. A cartilha foi desenvolvida pensando nisso também. Queremos mostrar tudo que este segu-

ro cobre por um preço tão ínfimo diante do valor do bem em questão, no caso, o imóvel residencial. Para se ter uma ideia, em média, o valor do seguro em relação ao valor do imóvel varia entre 0,2% a 0,6%”.

Para o diretor-executivo da FenSeg, Neival Rodrigues de Freitas, a experiência com a cartilha de Seguro de Automóvel foi determinante para a continuidade da série “Conhecendo seu Seguro”. “Adaptar a linguagem e torná-la mais clara e acessível é o que aproxima as pessoas do seguro. Este é um mercado complexo, com um leque muito grande de informações e dados. Quando ele é desburocratizado, o consumidor entende a necessidade e a importância do seguro, e este é o nosso objetivo: muito além de segurar bens materiais, proteger vidas”, analisa.

A cobertura básica de um seguro residencial compreende incêndio, explosão e queda de raio. À parte, as seguradoras oferecem coberturas adicionais, que são opcionais e podem ser contratadas no momento da aquisição do seguro ou incluídas em qualquer momento. O ideal é que se procure um corretor de seguros para informar quais bens deseja segurar contra quais riscos, além de definir até que limite o interessado pretende contratar essas coberturas. Caso ocorra algum sinistro, o seguro irá cobrir apenas o patrimônio que consta na apólice.

Entre as coberturas opcionais de danos ao patrimônio, estão: (1) danos elétricos, que cobre danos a eletroeletrônicos e instalações elétricas em razão de curto circuito e variação de tensão; (2) danos de causas materiais, como vendaval, furacão, tornado, queda de granizo e desmoronamento; (3) subtração de bens, que cobre subtração de bens com emprego de violência ou mediante arrombamento de um dos acessos da residência. O seguro não cobre desaparecimento, furtos simples ou extravio de objetos; e (4) impacto de veículos e aeronaves, que cobre danos causados à residência por impacto de veículos ou queda de qualquer tipo de aeronaves.

Outra cobertura opcional é a de Responsabilidade Ci-

vil Familiar que contempla danos causados involuntariamente pelo segurado, familiares, empregados ou animais domésticos a terceiros. A cartilha esclarece que essa cobertura deve ser acionada somente em casos de acidentes.

Além das tradicionais coberturas, as seguradoras também oferecem planos de serviços de assistência à residência, com objetivo de proporcionar maior conforto aos segurados. Dependendo do plano contratado, é possível ter garantia de mão de obra para consertos gerais, como chaveiro, reparos elétricos e hidráulicos, substituição de telhas e conserto de diversos bens. Alguns planos também podem garantir a substituição de peças.

Valor do seguro

O preço da contratação do seguro para cobertura básica será a soma do custo de reconstrução do imóvel e do preço de reposição dos bens. É importante não confundir o preço de reestruturação com o preço comercial ou de venda do imóvel.

Além deste, há ainda outros fatores que podem alterar o preço da apólice. A reconstrução do imóvel é um deles. O custo da reconstrução de um imóvel é obtido pela multiplicação da área construída (m²) pelo custo unitário do m² de construção da região do imóvel. O corretor de seguros deve orientar o consumidor sobre como apurar este valor.

Para determinação do valor dos bens – outro fator importante –, é preciso calcular o custo de reposição dos móveis, eletrodomésticos, eletroeletrônicos, objetos pessoais, roupas e calçados e outros bens existentes e que serão cobertos, na data da contratação do seguro. É importante avisar à seguradora sempre que adquirir um bem de alto custo, que possa influenciar significativamente no valor segurado, a fim de providenciar endosso na apólice.

A localização é outro ponto relevante para se calcular o preço do seguro, pois será proporcional à redução dos riscos pelos quais a seguradora será responsável; ou seja, se o segurado morar em um condomínio com serviço de



vigilância ou se instalar equipamentos de segurança, o seguro poderá ser mais barato.

O tipo de imóvel também conta. O seguro residencial de um apartamento costuma ser mais barato. Já que a lei obriga o prédio a ter um seguro de condomínio para sua estrutura e partes comuns. O seguro de uma casa tende a ser maior.

Outro fator que pesa na hora de precificar a apólice é a utilização do imóvel. Casas de veraneio têm maior risco de sinistro, dependendo das condições de segurança do local, mas é importante avisar à seguradora sempre que a casa ficar desocupada por períodos longos.

A franquia é a parte do prejuízo que será paga pelo segurado caso ocorra algum sinistro e, por isso, reduz o preço do seguro. Na apólice, será determinada a importância ou percentual que ficará sob responsabilidade do segurado. Caso o prejuízo seja inferior ao valor da franquia, o pagamento do conserto não será feito pela seguradora. A cobertura básica costuma ser isenta de franquia.

Comissões técnicas

A fim de desmistificar questões importantes relacionadas com o mercado segurador e promover o diálogo transparente junto à sociedade, a Federação Nacional de Seguros Gerais (FenSeg) criou onze comissões técnicas de trabalho, (praticamente todas, têm subcomissões) para atender aos 88 tipos de seguros existentes no mercado. As



Danilo Silveira, presidente da Comissão de Riscos Patrimoniais da FenSeg

primeiras a serem executadas foram a de Automóvel, Transporte, Riscos Patrimoniais e Habitacional.

A Comissão de Riscos Patrimoniais Massificados (CRP-M) – que foca os seguros Residencial, Condomínio, Máquinas e Equipamentos (não agrícolas) e Empresarial (micro, pequenas e médias empresas) – vem desenvolvendo cartilhas explicativas para informar o consumidor como funciona alguns tipos de seguros. Entre elas, a cartilha “Entendendo seu Seguro Residencial” que contém informações, orientações e um guia de precauções para evitar danos e acidentes.

“O mercado de Seguros ao longo do tempo passou a ter mais comunicação entre si, e agora é preciso levar isso para os consumidores também”, comenta Danilo Silveira,

presidente da Comissão de Riscos Patrimoniais Massificados da FenSeg.

As comissões desenvolvem pesquisas para fornecer ao mercado informações confiáveis que possam ser utilizadas na gestão de produtos, precificação e divulgação ao público consumidor e às empresas. Avalia questões técnicas, sistemas protecionais (padrões mínimos), tipos de cobertura e outros detalhes de cada tipo de seguro. E ainda revê critérios e apresenta sugestões de procedimentos de subscrição e boas práticas para clientes e o mercado de Seguros.

Entrevistas exclusivas com os presidentes das onze comissões são postadas a cada quinze dias no portal da CNseg, e também é possível fazer o download do pdf das cartilhas de Automóvel e Residencial. A confederação pretende, em breve, publicar mais cartilhas dos outros diversos tipos de seguros.



Entendendo o seguro da sua residência



Você sabe a diferença?

Seguro Residencial

Cobre danos ao imóvel. O segurado também pode contratar coberturas opcionais que assegurem seus bens ou danos causados a terceiros. Há também a possibilidade de contratar planos de serviços de assistência 24h.

Seguro Habitacional

É obrigatório em toda contratação de financiamento de imóvel e destina-se exclusivamente à garantia do prédio, ou seja, à parte construtiva da residência, não havendo cobertura para os bens do morador.

Seguro de Condomínio

Tem caráter obrigatório a todos os condomínios horizontais ou verticais, segundo definição do Código Civil. Oferece cobertura básica para incêndio, queda de raio e explosão nas áreas comuns dos prédios e condomínios. Além disso, exige a contratação do seguro de responsabilidade civil para o síndico. As seguradoras costumam oferecer seguro de vida aos funcionários e os mesmos adicionais do seguro residencial.

VENDA CRUZADA DE SEGUROS: 50% MAIS RESULTADOS



Você sabia que pode aumentar em 50% o seu faturamento **sem depender de novos clientes?**

É mais fácil e barato vender um segundo ou terceiro tipo de seguro para os seus atuais clientes: além de aumentar suas comissões, você garante a fidelização da sua base. Mas para ter sucesso nesta estratégia, você precisa estar preparado e contar com as informações certas, para apoiá-lo no momento da venda. Com o aplicativo iSeg, você tem à disposição diversas apresentações estruturadas e sempre atualizadas dos principais produtos e serviços disponíveis no mercado segurador, para usar na hora da venda. Utilizando o iSeg, você não perde tempo e fecha muito mais negócios.



iSeg: A Maneira Inteligente de Vender Mais!

Acesse iconeseg.com.br e baixe agora gratuitamente.



GBOEX amplia sua rede credenciada no Brasil

Empresa amplia os parceiros da Rede de Convênios com descontos em diversos produtos e serviços

Com 102 anos completados em maio último, o GBOEX se mantém como uma das maiores Entidades Abertas de Previdência Complementar Sem Fins Lucrativos do Brasil. Com Unidades e Pontos de Atendimento espalhados por todas as regiões do Brasil, o GBOEX vem ampliando as parcerias com empresas dos mais diversos segmentos, como forma de proporcionar cada vez mais benefícios para os seus associados e corretores.

Investir na Rede de Convênios, além de proporcionar excelentes descontos em diversos segmentos, é também uma das formas de apoiar, ainda mais, o trabalho dos corretores de seguros. São vantagens adicionais para ele oferecer aos clientes. Faz parte do planejamento estratégico da entidade estender para os corretores esses benefícios. “Já estamos negociando com as empresas parceiras para ampliar os descontos aos profissionais que atuam junto ao GBOEX. Em outubro, mês em que se comemora o Dia do Corretor de Seguros, faremos o lançamento”, destaca a executiva Ana Maria Pinto, responsável pela área de marketing da empresa.

O GBOEX é uma das maiores empresas com parceiros credenciados e projeta para o próximo ano crescer em

torno de 15% o número de estabelecimentos conveniados. Novas parcerias para a Rede de Convênios são firmadas todos os dias, sempre pensando em mais facilidades para os associados e corretores. “Os resultados reforçam o compromisso do GBOEX com seus clientes, trilhados em seus valores de tradição, solidez e segurança”, reforça a executiva. Salienta, ainda, que não são observados somente os números mas a qualidade dos conveniados, parceiras como: Pannel, Farmácia São João, Drogarias Pacheco, Dpaschoal, Unigran, Unisinos, Meridien, Marinas Park, algumas franquias CVC, lojas com compras exclusivas pelo site – Polishop, Netshoes, Hotel Urbano, Walmart, Saraiva, Marisa, entre outros.

Ana Maria informa que estes dados são de setembro e que para mais informações e endereços para compras, devem ser pesquisadas no site da Rede de Convênios, desenvolvido exclusivamente para a pesquisa dos credenciados, onde constam as condições de cada conveniado. As consultas podem ser feitas também pelo aplicativo disponível no Google play, App Store, e em breve na plataforma Windows Phone.

O corretor ainda terá mais novidades até o final do ano. A profissional destaca também a Campanha de Incentivo Desafio 2015, lançada no segundo semestre, que premia com uma viagem ao Caribe, corretores físicos e jurídicos. “Achamos que era importante criar uma promoção que possibilitasse as mesmas chances de ganhar tanto para os corretores pessoas físicas quanto para pessoas jurídicas. Outro diferencial foi agrupar por regiões, igualando ainda mais as condições de participação, pois as diferenças regionais existem e impactam nos resultados”. Além disso, a campanha premiará com vales compras o segundo e o terceiro ganhador de cada grupo. No portal do corretor GBOEX, consta o regulamento.

O GBOEX é uma das maiores Entidades Abertas de Previdência Complementar Sem Fins lucrativos do país, especialista em previdência de risco-pecúlio. A empresa está realizando mensalmente pagamentos aos beneficiários em um prazo inferior a 10 dias (documentação completa), mantendo uma média mensal de R\$ 17 milhões. “Esta é a razão de ser da empresa, assegurar a família do seu associado na falta deste”, ressalta a executiva.

GBOEX – 102 de Tradição, Solidez e Segurança.



Ana Maria Pinto, do marketing

Você conquista, ele protege!

VISA

12 de Outubro

Dia do
Corretor de Seguros



Quem protege tudo o que é importante, merece toda a nossa admiração.

Conte com o Corretor de Seguros.

SINCOR_{SP}

Uma homenagem do Sindicato dos Corretores de Seguros.



Relatório da AGCS alerta para nova geração de ataques na internet

Número de incidentes no Brasil cresceu 48% em 2014 e empresas globais precisam se adaptar para novos modelos de crimes

A resseguradora Allianz Global Corporate & Specialty (AGCS) analisa em seu novo relatório – Um Guia para os Riscos Cibernéticos: Administrando o Impacto da Interconectividade Crescente – as últimas tendências em risco cibernético e ameaças emergentes pelo mundo. De acordo com o guia, riscos cibernéticos são o tipo de ameaça que mais cresce, custando aproximadamente 445 bilhões de dólares por ano, dos quais metade estão relacionados às 10 maiores economias do planeta.

No Brasil, os ataques cibernéticos aumentaram 48% em 2014, segundo o estudo “Managing cyber risks in an interconnected world” da PwC. O estudo mostra ainda que o número de incidentes cibernéticos detectados subiu para 42,8 milhões

em relação a 2013.

“Há 15 anos, os ataques cibernéticos eram rudimentares e ações típicas de ativistas hackers, mas com a interconectividade crescente, a globalização e a comercialização dos crimes cibernéticos houve um aumento tanto na frequência como na severidade dos ataques,” explica o CEO da AGCS Chris Fischer Hirs. “A AGCS enxerga uma demanda crescente por esses serviços e nós estamos comprometidos a trabalhar com nossos clientes para entender e responder melhor ao aumento da exposição aos riscos cibernéticos.”

Políticas de regulação rígidas e novas ameaças cibernéticas

O crescimento da conscientização sobre a exposição no meio

digital assim como mudanças regulatórias irão acelerar o crescimento do seguro contra riscos cibernéticos. Com pouco mais de 10% das companhias a oferecerem atualmente apólices específicas para esse tipo de risco, a AGCS prevê que os prêmios para os seguros contra riscos cibernéticos passarão de 2 para 20 bilhões anuais na próxima década, registrando uma taxa de crescimento anual de mais de 20%.

Anteriormente, a atenção estava voltada aos vazamentos de dados, mas a nova geração de riscos cibernéticos é muito mais complexa: as ameaças futuras serão relacionadas ao roubo de propriedade intelectual, ciberextorsão e ao impacto da interrupção das operações ou falhas técnicas causadas por um ciberata-

que, riscos que normalmente são subestimados.

Conectividade cria riscos

O aumento da interconectividade nos dispositivos do dia a dia e da confiança na tecnologia tanto no âmbito pessoal quanto no corporativo resultará em futuras vulnerabilidades. Algumas estimativas sugerem que um trilhão de dispositivos podem estar conectados até 2020, enquanto ainda preveem que mais de 50 bilhões de máquinas poderão trocar dados diariamente.

Eventos catastróficos

Com o grande número de ocorrências de vazamento de dados, a probabilidade de uma perda catastrófica tem aumentado. Como será essa perda, entretanto, é difícil de prever. Os cenários incluem

ataques à infraestrutura central da internet e até mesmo a empresas de energia ou utilidade pública, podendo resultar na escassez de serviços e na possibilidade de perdas de vidas no futuro.

Cobertura autônoma

A Allianz prevê que o foco do seguro contra riscos cibernéticos precisa evoluir para prover uma cobertura mais abrangente e completa ao incluir interrupções de operações e estreitar os espaços entre a cobertura e políticas para regulação da tecnologia.

Respondendo ao risco cibernético

O relatório da AGCS destaca os passos que as companhias podem tomar para se proteger contra ris-

cos cibernéticos. O seguro é apenas parte da solução, mas uma abordagem de gerenciamento de riscos compreensiva é a fundação para uma boa defesa cibernética. “Uma vez que o seguro contra riscos cibernéticos tenha sido adquirido, isso não significa que a segurança de TI possa ser ignorada. Os aspectos tecnológicos, operacionais e de seguro estão de mãos dadas”, explica Jens Krickhahn, especialista em cibernética e fidelidade da AGCS no Centro e Leste Europeu. A AGCS recomenda uma abordagem integrada onde diferentes especialistas da empresa colaborem para compartilhar conhecimento.

Para mais informações e download do relatório completo acesse: www.agcs.allianz.com

Mudança na legislação aumenta demanda por seguro de garantia judicial

Mais conhecido por fornecer cobertura em execuções de contratos de grandes obras, o seguro garantia passa a ter no segmento judicial um nicho de grande potencial a ser explorado. A mudança na Lei 13.043 que, em novembro de 2014, incluiu essa modalidade de seguro como uma das opções de garantia às execuções fiscais entre as já previstas – depósito judicial e carta de fiança bancária – está contribuindo, significativamente, para o crescimento desse mercado.

Para Rodrigo Loureiro, diretor de Garantia da Consultoria de Seguros Willis, a carteira já foi impactada por essa mudança na legislação. Dados preliminares apontam que o primeiro semestre de 2015 já registrou um crescimento de mais de 30% em prêmios de seguro garantia em relação ao mesmo período do ano passado. Segundo números da Superintendência de Seguros Privados (Susep), o volume de prêmios emitidos em seguro garantia nesse período foi de R\$ 689,3 milhões, sendo cerca de 70% referente ao segmento judicial. “Pelo desenvolvimento do mercado, esperamos que, até o final do ano, o volume de prêmios totais de seguro garantia atinja R\$ 1,5 bilhão (em todas as suas modalidades), o que representará um crescimento de quase 50% em relação a 2014, cujo número foi de R\$ 1,1 bilhão”, projeta o executivo.

Para as empresas contratantes, os principais benefícios do uso do seguro garantia judicial são o menor custo frente à opção da fiança bancária e a possibilidade de utilizar os recursos monetários que seriam colocados em depósitos judiciais na operação do dia a dia e/ou em investimentos que são melhor remunerados.

“Enquanto o custo do seguro garantia gira em torno de 0,40% a 1,5% ao ano do valor segurado, a fiança bancária gira em torno de 1,5% a 3% ao ano e, ainda, toma crédito bancário da empresa”, explica Loureiro. Essa possibilidade de substituir garantias processuais mais onerosas pelo seguro de garantia judicial, que possui regulamentação e fiscalização no Mercado Segurador pela Susep, propicia grande economia às empresas, o que em tempos de crise econômica se torna uma excelente vantagem.

Outro fator que está sendo considerado para esta previsão de crescimento é o atual cenário econômico brasileiro. Segundo Loureiro, as pa-

ralizações de obras públicas, em vista dos recentes escândalos de corrupção que atingem grandes empreiteiras, acarretam num menor número de contratações do seguro garantia na sua modalidade mais tradicional (os chamados performance bonds – garantias de execução de contratos), empurrando as seguradoras para as garantias judiciais afim de manterem seus resultados.

Além disso, a situação também demanda do Poder Público um maior rigor na fiscalização das empresas para assegurar a arrecadação de impostos. “Esse cenário contribui para um aumento do número de autuações que irão gerar execuções fiscais, das quais as empresas precisarão se defender e, para isso, apresentar garantia”, analisa o executivo.

Loureiro conclui, com um exemplo (veja tabela abaixo), que, a fiança bancária é coisa do passado, e, mesmo o depósito judicial, possui um custo alto para a empresa que, mesmo tendo “caixa”, precisa investir para se manter competitiva, pois, comparativamente, se considerada uma discussão judicial de R\$ 10 milhões, que dure 10 anos (prazo médio de duração de uma execução fiscal), teremos:



Rodrigo Loureiro, da Willis

VALOR EM DISCUSSÃO JUDICIAL	Opções de Garantia	Taxa Anual da Garantia	Taxa pelo Período de 10 anos	Custo ou Prêmio de Seguro
10.000.000,00	Seguro Garantia	0,50%	5%	500.000,00
	Fiança Bancária	1,5%	15%	1.500.000,00
	Depósito Judicial	-* -	-* -	(1) Se considerada a aplicação em: a) Poupança: 5.900.000,00 b) Letra do Tesouro Direto: 9.900.000,00

(1) A grosso modo, no caso da comparação com o Depósito Judicial, se assumirmos que ao efetuar o depósito de R\$ 10 milhões a empresa deixa de auferir R\$ 5,9 milhões em 10 anos caso tivesse optado pelo seguro garantia judicial e investido os R\$ 10 milhões na Poupança, e, caso tivesse optado por investir em Letra do Tesouro Direto, deixa de auferir R\$ 9,9 milhões (já considerado o pagamento do prêmio de seguro).

A Sistemas Seguros traz uma novidade exclusiva no mercado: **COL MOBILE**.

Gerencie e consulte os dados dos seus clientes a qualquer hora, em qualquer lugar, através do seu smartphone ou tablet.



O **Col Mobile** é a nova solução da Sistemas Seguros que vai trazer mais praticidade para o dia-a-dia da sua corretora.

 **Interface prática** para consultar os dados dos clientes direto do smartphone ou tablet.

 Acesso a dados cadastrais de clientes: **telefones, endereços, e-mails, etc.**

 Visualização de **endereço no mapa**.

 **Efetua ligações** para o cliente com um clique.

 Consulta dados de **apólices e sinistros**.



Não é necessário adquirir. Se você já é usuário do COL WEB, basta acessar o site www.corretor-online.com.br via seu smartphone ou tablet, clicar no ícone do COL MOBILE e o acesso é liberado.



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

Tel: 11 3664.2040

Por que apresentar quem subscreve apólices aos clientes

*Por Thisiani Martins

O que é mais importante quando uma empresa está prestes a adquirir ou a renovar uma apólice de seguros? Preço, certamente, é um item que predomina na negociação. É provável que o clausulado também seja objeto de atenção. Mas a empresa também precisa checar quem a está subscrevendo. Os resseguradores já estão fazendo isso: cada vez mais eles mostram interesse em conhecer a equipe de subscritores e sua experiência. E não é por acaso.

A experiência dos subscritores está se tornando cada vez mais um fator-chave para a eficiência das apólices e sua correta precificação. Em um mundo cada vez mais globalizado, complexo e que está em constante e rápida mutação, transparência e entendimento são fundamentais para que o produto contratado reflita exatamente o que o cliente precisa na hora do sinistro.

Para isso, é preciso conhecimento do ambiente regulatório no qual a apólice está inserida – que pode ser o Brasil, mas também outros países, onde ficam as matrizes das multinacionais ou as filiais das chamadas “multilatinas”, as empresas brasileiras que internacionalizaram suas operações mais fortemente nos últimos 10 anos. Determinadas expressões adquirem sentido diferenciado conforme os contextos jurídico e mercadológico onde foram criadas. Traduzi-las, portanto, exige profundo conhecimento desses contextos, que variam de país para país.

Um dos talentos de quem atua com seguros é traduzir a necessidade do cliente dentro dos parâmetros estabelecidos pela regulamentação em vigor, a qual demanda uma estruturação e diversos itens específicos nos clausulados, e também estabelece produtos padronizados para vários ramos. Sabemos que a Superintendência de Seguros Privados (Susep) está, desta forma, buscando proteger os milhões de consumidores, principalmente os de varejo, sem grande conhecimento jurídico e em seguros. Mas, para quem atende a grandes empresas, que possuem riscos mais complexos, esse direcionamento dificulta o endereçamento de necessidades diferenciadas por meio de clausulados específicos que reflitam a realidade única desses clientes. Esbarra-se na referenciação a clausulados padronizados mesmo no Cadastro de Produto Diferenciado oferecido pela Susep.

Por isso, é muito importante que os diversos atores do mercado de Seguros e os organismos responsáveis pela re-

gulamentação de seu trabalho atuem em conjunto, a fim de proporcionar uma situação mais favorável para fomentar as oportunidades desse mercado. Nosso CEO, Mike McGavick, costuma dizer que “Os reguladores devem focar em normas gerais, aprendendo uns com os outros e com as (re)seguradoras sobre lacunas e potenciais problemas.

No final, acredito que todos nós – (re)seguradoras, reguladores, corretores, clientes etc. – temos o mesmo objetivo: uma indústria de seguros saudável e vibrante.”

O potencial incrível do mercado de seguros no Brasil estimula a todos nós, seguradoras, resseguradoras e corretores: apesar da atual desaceleração da economia brasileira, o crescimento em 2015 pode chegar a superar os 12%, de acordo com relatório da KPMG. A capacidade disponível ainda é muito boa: com a abertura, o Brasil obteve registro para atuação de 126 das cerca de 200 resseguradoras que existem no mundo. Isso beneficiou muito os clientes com melhores preços. Agora é a hora de atender a sua expectativa por inovação e customização. A criação de um Laboratório de Produto na Susep, para analisar produtos sem enquadramento nos códigos da entidade e os que não conseguem ser introduzidos no mercado local por força da legislação, mas que oferecem valor ao cliente, é uma notícia promissora.

Em todo o mundo, o setor de Seguros enfrenta o desafio de se preparar para riscos que sequer conhecemos. Com a crescente complexidade dos riscos, a experiência em subscrição torna-se cada vez mais vital para a correta cobertura e precificação. Por isso é importante que o contratante conheça quem subscreve suas apólices.



*Thisiani Martins é diretora técnica da operação brasileira de seguros da XL Catlin

Acesse nosso portal

De cara nova
agora mais rápido, dinâmico
e interativo!

WWW.REVISTASEGUROTOTAL.COM.BR



The screenshot shows the Planeta Seguro website interface. At the top left is the Planeta Seguro logo. A green banner in the top right contains the text "LÍDER EM SEGUROS CORPORATIVOS NO BRASIL" and "seguro.com a" with a logo. Below the banner is a dark blue navigation bar with links: INÍCIO, REVISTA, NOTÍCIAS, PRÊMIO, STTV, COLABORADORES, ENTIDADES, EVENTOS, ANUNCIE, and CONTATO, followed by a search icon. The main content area is divided into sections: "Destaque" featuring a large image of a beauty salon with the headline "Tokio Marine lança seguro para Salões de Beleza e Est" and a sub-headline "Com o objetivo de ofertar produtos customizados para diversos nichos do mercado, a Tokio Marine Seguradora, su..."; "Clipping" with input fields for "Nome" and "E-mail" and a "Cadastrar" button; "Publicidade" with an orange box containing the text "A Certificação Profissional CNseg é o próximo passo para a ascensão"; "Últimas Notícias" with a list of three news items; and "Agenda" with a list of two events. A large yellow hand cursor is positioned over the bottom right of the screenshot.

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



SulAmérica

A companhia anuncia a chegada de Solange Zaquem para o cargo de diretora da regional Rio de Janeiro e Espírito Santo. Com 28 anos de experiência no setor, Solange é graduada e pós-graduada em ADM pelo Centro Universitário Serra dos Órgãos em Teresópolis. Possui especializações em liderança e Gestão de Pessoas na FGV e Fundação Dom Cabral.

Mondial Assistance

Ana Cláudia Calil é a nova Head da área Comercial do segmento de Bancos e Seguradoras da companhia. Com mais de 20 anos de experiência, já atuou em Operações, Vendas e Gestão de Pessoas. É formada em Direito pela UFRJ com MBA em Gestão Estratégica e de RH pela FGV e pela Funenseg, em Seguros e Resseguros.



Mitsui Sumitomo

A companhia contrata Djalma Duarte Barros Junior para a área de Property & Casualty, para a manutenção da rentabilidade do portfólio atual e implementação de estratégia de expansão. Formado em Engenharia Química, pós-graduado em Engenharia de Segurança do Trabalho, e com MBA em ADM e Gestão de Seguros, atua no mercado há mais de 20 anos.

MDS Insure

O médico Gustavo Cruz Quintão assume o cargo de diretor de Benefícios Corporativos da MDS Insure, broker de seguros do mercado nacional. Quintão é graduado em Medicina pela UFMG, foi interno do Cook County Hospital na cidade de Chicago (EUA). Atualmente, cursa o MBA Executivo pelo IESE Business School - University of Navarra.



A GRANDE JORNADA PELO MUNDO DOS SEGUROS

Às segundas-feiras, das 7 às 8 horas

RÁDIO IMPRENSA FM 102,5

APRESENTADO POR PEDRO BARBATO FILHO



**CORRETOR DE SEGUROS,
SUA PARCERIA É NOSSA
MELHOR GARANTIA.**

OBRIGADO POR AJUDAR A FAZER

TANTA GENTE APROVEITAR O

IMPREVISÍVEL COM TODA A TRANQUILIDADE.



**12 de outubro,
Dia do Corretor de Seguros.**
Uma homenagem da SulAmérica.

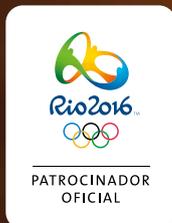


Em todas as profissões, o que importa é estar preparado.

12 de outubro. Uma homenagem da Bradesco Seguros
aos Corretores de Seguros.



CNPJ: 33.055.146/0001-93



SAC - Serviço de Atendimento ao Consumidor: 0800 727 9966

SAC - Deficiência Auditiva ou de Fala: 0800 701 2708

Ouvidoria: 0800 701 7000

bradescoseguros.com.br



@BradescoSeguros



facebook.com/BradescoSeguros



Bradesco Seguros

É melhor ter.