

REVISTA

SEGURO TOTAL

ANO XVI
Nº 164 - 2015
R\$ 20,00



OMINT ENTRA NO MERCADO DE SEGURO DE PESSOAS

**GRUPO EXPANDE
NEGÓCIOS NO PAÍS
COM SEGURADORA
ESPECIALIZADA EM
SEGUROS DE VIDA EM
GRUPO E VIAGEM**

**Cicero Barreto, diretor
comercial do Grupo Omint**

ESPECIAL: EMPRESÁRIOS DO MERCADO SEGURADOR FALAM SOBRE O MOMENTO ATUAL



Não importa qual seja o tamanho da sua empresa. Nossos planos combinam com os seus.

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 - 19.326.905

Acesse amil.com.br
ou consulte seu corretor.

Uma vida de saúde para você.

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

Diagramador

Cleber F. Francisco
cleber.fabiano@gmail.com

Webdesigner

André Takeda
takeda@revistasegurototal.com.br

Publicidade

Danielle Tallo
danielle@revistasegurototal.com.br

Executivo de Contas

Eduardo Oliveira



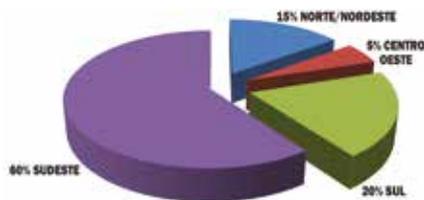
Portal Revista Seguro Total
www.planetaseguro.com.br



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.

Na contramão da crise

E 2015 acaba. Mas não a inflação alta, o aumento de desemprego, a dependência de capital estrangeiro, os escândalos de corrupções, um possível processo de impeachment da presidente Dilma Rousseff, setor econômico encolhendo 5% em relação ao início de 2014... A crise política já contaminou e mancha a economia brasileira com suas mazelas. Segundo a agência de avaliação de risco Moody's, a dívida brasileira deve continuar piorando em 2016. A tentativa do governo de melhorar a situação das contas públicas é limitada devido à falta de consenso político, diz a agência. Apesar de todo esse imbróglio, a indústria de Seguros parece não se abalar e percorre caminho contrário: a Superintendência de Seguros Privados (Susep) indicou um crescimento de 12,4% no faturamento do segmento em relação ao ano passado. Leia, em nosso Especial, depoimentos de empresários do mercado segurador. Como passaram por 2015 e o que esperam de 2016.

Outra crise que muitos Estados brasileiros vivenciam é a hídrica, vivenciada principalmente nos grandes centros. Por reconhecer que, além de garantir a sustentabilidade, o uso eficiente da água pode refletir positivamente na receita das empresas, o Instituto Socioambiental Chico Mendes promoveu recentemente o Fórum “Água: Gestão, eficiência e planejamento”, com a participação de vários especialistas. Leia matéria em Infosustentabilidade, que aborda a gestão correta da água. O abastecimento de água parece realmente inesgotável, mas se considerarmos que 97% são de água salgada, não utilizável para agricultura, consumo humano e animal ou uso industrial, tudo muda de figura. A cultura da abundância de que o recurso hídrico é infinito deve mudar e isso se faz por meio da conscientização de toda a sociedade. Água é saúde e seu uso indevido resulta em consequências negativas.

Saúde é essencial, mas todo mundo sabe que seu custo é alto. A fim de apontar soluções práticas para aperfeiçoar modelos de atenção à saúde, foi promovido o 1º Fórum de Saúde Suplementar, em São Paulo. Na ocasião, muitas questões importantes foram levantadas e foi estabelecida uma agenda para a transformação positiva do setor no Brasil. As propostas visam à conquista de mais equilíbrio e garantia de sustentabilidade para a Saúde Suplementar, envolvendo todos os entes da cadeia, como as operadoras de planos de saúde, os prestadores de serviços, os órgãos reguladores, o Governo, a sociedade, e beneficiando, principalmente, os consumidores de planos de saúde. Na seção Saúde Suplementar. Aproveite a última edição deste ano e aguarde novidades para o ano que chega!!

Boas Festas e um Próspero Ano Novo!

16 - CAPA

Ao completar 35 anos, Grupo Omint expande negócios e abre Omint Seguros que vai atuar no ramo de seguro de pessoas.



20 - INFOSUSTENTABILIDADE

Fórum Empresarial Chico Mendes de Sustentabilidade promove debates visando ações viáveis com base em experiências bem-sucedidas.



24 - ESPECIAL

Saiba o que pensam os representantes da CNseg e empresários do mercado segurador sobre o setor de seguros neste momento de crise.



38 - SAÚDE SUPLEMENTAR

1º Fórum de Saúde Suplementar traz o tema 'Sobrevivência do Setor de Saúde Suplementar – Propostas, Metas e Responsabilidades'.

6 - MURAL

30- EVENTO

12 - ENTIDADES

32 - SAÚDE

14 - SEGUROS MARÍTIMO

42 - GIRO DE MERCADO

**Aos 20 seu cliente tem tempo,
mas não tem dinheiro.**

**Aos 40 ele tem dinheiro,
mas não tem tempo.**

**E aqui ele tem a chance de acabar com
as desculpas e planejar o futuro.**

Qualquer que seja o projeto do seu cliente para o futuro, para chegar lá é preciso poupar com inteligência. Para isso, ele pode contar com os planos de previdência da Porto Seguro. Seu cliente acumula desde já recursos para manter o padrão de vida na aposentadoria, cuidar da educação dos filhos ou diversificar os investimentos. Os planos ainda oferecem dedução de IR*, vantagens em relação ao tempo de permanência e taxas diferenciadas de acordo com o perfil. Tudo com a segurança e o atendimento da Porto Seguro. Fale com o seu Gerente Comercial ou acesse www.portoseguroprevidencia.com.br.



**Previdência
Individual**



**PORTO
SEGURO**

PREVIDÊNCIA

* Válido para os planos PGBL. Informações reduzidas. Consulte o regulamento no site www.portoseguroprevidencia.com.br. Processo SUSEP: VGBL Proteção 15414.901763/2013-16; PGBL Rubi Plus 15414.901954/2013-70; VGBL Rubi Plus 15414.901952/2013-81; PGBL Rubi Premium 15414.901955/2013-14; VGBL Rubi Premium 15414.901953/2013-25; PGBL Diamante 15414.901770/2013-18; VGBL Diamante 15414.901767/2013-96; PGBL Diamante Plus 15414.901771/2013-54; VGBL Diamante Plus 15414.901765/2013-05; Seguro de Pessoas Individual 15414.002211/2011-53 e 15414.901919/2013-51; Acidentes Pessoais 15414.003586/2010-50; Assistência Funeral 15414.002183/2010-93. O registro deste plano na SUSEP não implica, por parte da Autarquia, incentivo ou recomendação à sua comercialização.

Zurich Corporate Conference: cenário atual e perspectivas para o Brasil

A Zurich reuniu especialistas em sua 6ª edição do seu evento Corporate Conference, que ocorre anualmente no Guarujá. “A proposta do evento deste ano foi oferecer aos nossos clientes e corretores análises sobre a conjuntura do Brasil atual, com perspectivas para o futuro. O evento proporcionou dados concretos para termos mais clareza sobre como atuar diante dos desafios e possibilidades”, disse Emanuel Baltis, CEO de Global Corporate para o Brasil, durante o evento que aconteceu no dia 22 de outubro.

“A Zurich acredita no Brasil e o Brasil é maior do que a crise”, disse José Talarico, Relações Institucionais da Zurich, durante a apresentação dos palestrantes.

O analista político Gaudêncio

Torquato rememorou pontos históricos que definem a política no Brasil e listou o que se deseja para o Brasil do futuro: conscientização ética, democracia participativa, reformas fundamentais, força das instituições e mais transparência nos negócios.

“Esta transparência que desejamos começou a ser desenhada desde o processo do mensalão”, arrematou Talarico.

O economista Paulo Rabello Castro comentou a importância de se entender o processo para encontrar



Gaudêncio Torquato, Ellen Gracie, José Talarico, Paulo Rabello e Emanuel Baltis

soluções: “A Zurich é rigorosa e dedicada no acompanhamento de riscos. E o risco de 2016 é a explosão de frustrações”, disse. “Para passarmos por esta via crúcis temos de entender o *timing* e as consequências da interferência política na economia.”

I4PRO completa 10 anos e comemora ampliação de portfólio

A I4PRO - Insurance for Professionals completa 10 anos de atuação no mercado segurador e, para comemorar reuniu imprensa e parceiros no NOH Bar, no dia 26 de novembro.

Além da consolidação de sua marca, comemora a ampliação de seu portfólio de softwares que atendem a maior parte dos grupos seguradores brasileiros. Como meta, a companhia pretende investir na comercialização

de seus produtos no mercado internacional, a partir dos negócios de sua unidade no Canadá.

Na visão de Mauricio Ghetler, diretor de Marketing e Vendas, o investimento em mão de obra qualificada tem feito a diferença na aceitação das soluções da I4PRO. “Consolidamos um conjunto de vantagens para o cliente, em termos de um custo razoável, uma tecnologia de ponta e um atendimento que tende a melhorar muito com grande disponibilidade com relação a projetos. Experiência única de quem está investindo há 10 anos no mercado local para chegar em boas soluções para o mercado segurador”, explica o executivo.



:Diretoria da I4PRO recebe parceiros e jornalistas

Travelers Seguros adquire 95% da J.Malucelli Seguros

A Travelers, seguradora norte americana com mais de 160 anos de existência, acaba de consolidar sua atuação no Brasil por meio da aquisição de 95% da divisão de seguros de Riscos Patrimoniais e de Responsabilidades da seguradora brasileira J.Malucelli. Com a operação, a empresa passa a comercializar no país exclusivamente sob a marca Travelers as linhas de negócios destes seguros.

A decisão reflete o comprometimento da Travelers com o Brasil e seu otimismo em relação ao crescimento do mercado segurador do País no médio e no longo prazo. Atualmente, a Travelers emprega cerca de 30 mil colaboradores em todas as suas unidades da Europa e do Continente

Americano.

O responsável pelas operações no Brasil, Leonardo Semenovitch, explica que o foco da companhia será a venda para pequenas e médias empresas em todo o território brasileiro. “Cerca de 70% das PMEs não tem nenhum tipo de seguros e este é o segmento que pretendemos entrar”, afirma.

Nos Estados Unidos, a empresa tem uma forte atuação em controle de riscos e pretende criar essa cultura no Brasil também, de uma forma que beneficie o contratante com agilidade e preço. Inicialmente a Travelers estará presente em 7 praças: São Paulo, Rio de Janeiro, Ribeirão Preto (SP), Curitiba, Porto Alegre, Belo Horizonte e Salvador.



Leonardo Semenovitch, responsável pelas operações no Brasil

SulAmérica comemora 120 anos

Para marcar o início das comemorações de 120 anos de existência da seguradora, a SulAmérica promoveu um almoço especialmente para os jornalistas, no dia 1º de dezembro, no restaurante Fasano, em São Paulo. Na ocasião, os executivos da companhia fa-

laram sobre os principais acontecimentos de 2015 e sobre as projeções para o próximo ano. A celebração oficial ocorreu na noite do mesmo dia, no Clube Atlético Monte Líbano.

Durante o almoço, o presidente da companhia, Gabriel Portela, apresen-

tou um histórico atual sobre a seguradora que conta mais de 7 milhões de clientes na carteira de produtos. “Nesses anos, mais de 60 mil pessoas trabalharam na SulAmérica contribuindo para o seu engrandecimento. Tenho um sentimento positivo em também fazer parte desta história”, disse.

A campanha “A vida é imprevisível e, acredite, isso é muito bom” também está sendo lançada na mídia com peças publicitárias que trazem invenções e fatos imprevistos que assinalaram a história do Brasil e do mundo nos últimos 120 anos. Ainda em dezembro, a empresa comemora a abertura oficial de sua nova sede instalada no bairro de Pinheiros, em São Paulo. O novo prédio da companhia possui ampla estrutura, que inclui 13 andares e uma cobertura, vasta área verde e sistemas inteligentes que possibilitam um consumo consciente dos recursos.



Gabriel Portela faz apresentação durante encontro com a imprensa

Prêmio Sinal Livre de Mobilidade Urbana fomenta a criação de projeto de responsabilidade social



Projetos finalistas: Bike Anjo, BikeIT, Projeto Muita Moral e Que Ônibus Passa Aqui?

O Prêmio Sinal Livre de Mobilidade Urbana, iniciativa da Lynx Consultoria em parceria com a Liberty Seguros, realizou a entrega das premiações no dia 25 de novembro, em São Paulo. O projeto premiado foi o Zumpy – Caronas de Verdade, aplicativo de carona solidária, que tem o objetivo de reduzir o número de veículos nas ruas, conectando pessoas que fazem trajetos si-

milares em todo o Brasil. No ar desde agosto de 2015, o Zumpy é conectado ao Facebook ou ao Google+ e permite que os usuários cadastrem suas rotas, peguem ou ofereçam carona gratuitamente e acumulem o Z-money, moeda virtual que pode ser trocada por descontos na rede de parceiros, que vão de postos de gasolina a salões de beleza. A iniciativa vencedora foi escolhida por votação popular e

concorreu com quatro finalistas: Bike Anjo, BikeIT, Projeto Muita Moral e Que Ônibus Passa Aqui?, que foram selecionados dentre os 59 projetos inscritos em todo o Brasil. O Projeto Muita Moral, que distribui advertências com o intuito de conscientizar os motoristas que estacionam indevidamente em vagas para pessoas com deficiência e/ou mobilidade reduzida, recebeu o prêmio de menção honrosa.



**Portal Nacional
de Seguros**

www.segs.com.br

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

INVISTA EM UMA PROFISSÃO SEGURA.

Estude Administração na Escola Nacional de Seguros. Garantimos que não vai faltar trabalho.

Faça Graduação em Administração e qualifique-se para atuar no setor de seguros, um dos mais promissores do País!

GRADUAÇÃO PARA O
MERCADO DE SEGUROS

Inscrições abertas

Rio de Janeiro - Centro: (21) 3380.1531
São Paulo - Consolação: (11) 3062.2025

profissaosegura.com.br



ESCOLA NACIONAL de SEGUROS

Empresas apostam no seguro de vida em grupo para beneficiar talentos

O seguro de vida tem crescido no Brasil e isso se deve, em parte, às pequenas e médias empresas que passaram a oferecê-lo como um dos benefícios aos empregados. De acordo com uma pesquisa da consultoria Mercer, realizada no último ano com 696 empresas, 94% das corporações oferecem seguro de vida. Ainda de acordo com o estudo, 94,5% dos empregadores consideram as benfeitorias não salariais uma ferramenta importante para contratar e reter funcionários.

As adições do seguro de vida vão muito além. Proteger o empresário é também uma das funções deste benefício. “Além de reter talentos, o seguro de vida também pode ajudar a conter certos prejuízos que o empregador

pode incorrer no caso de um sinistro por invalidez ou morte”, destaca Fernando Ferrari, da área de Seguros de Pessoas da Starr, que iniciou suas atividades no Brasil em 2013 e é a primeira subsidiária do grupo a receber aprovação para lançar a linha de Vida em Grupo.

A equipe Starr tem desenhado um plano de negócio bastante agressivo para os próximos anos, e para suportar o plano em ação foi pensado em três grandes pilares: estratégia, estrutura e entrega. Segundo Henry Arima, CEO da Starr International Seguradora, a companhia já está sendo reconhecida no mercado nacional por ser uma excelente alternativa para as linhas de Vida em Grupo e Acidentes Pessoais. “Nosso diferencial está em uma



Henry Arima, CEO da Starr International Seguradora

operação enxuta, que possibilita um atendimento diferenciado e personalizado, com grande flexibilidade e melhor entrega dos produtos”, destaca o executivo.

Quatro soluções mobile para o mercado de seguros

As plataformas mobile têm transformado não só as relações interpessoais, como também o modo como às empresas se comunicam com o seu público. No mercado de seguros essa necessidade também foi notada e as empresas procuram entrar nesses novos moldes. “É preciso trazer novas tecnologias que atendam às necessidades que as velhas fórmulas já não dão conta e se adaptar às demandas, mudando na mesma velocidade que os consumidores”, analisa Guillermo Reid, CEO da WDEV, empresa especializada em soluções tecnológicas para seguradoras e corretoras.

Soluções que trazem a tecnologia mobile:

- O aplicativo Aviso de Sinistro Mobile, da linha de produtos Easy-

Seg Property usa funcionalidades do celular do cliente – como o acelerômetro e o GPS – para agilizar o atendimento. Com ele, o segurado consegue informar localização exata do acidente, dados dos envolvidos e armazena fotos e vídeos para registrar. O aplicativo garante que todas as informações sejam passadas corretamente, diminuindo a quantidade de processos para o cliente e para a seguradora.

- Uma solução para atendimento imediato é o dispositivo de Assistência Auto em Um Toque, como o próprio nome sugere, o cliente pode solicitar serviços como troca de pneu, reboque e motorista auxiliar em apenas um toque e com a localização precisa

de onde está.

- Com a Vistoria Mobile, não há necessidade de o vistoriador ir até cliente. Basta que o segurado faça o download do aplicativo em seu smartphone, envie as fotos e dados solicitados e aguarde o aceite da seguradora, que vem mais rapidamente desta forma do que na vistoria manual.

- Desenvolvido para as plataformas iOS e Android, o aplicativo Avaliação de Condutor, monitora e armazena informações como velocidade, acelerações, frenagens e curvas e avalia a condução do veículo segurado, tornando a análise de risco mais precisa e, consequentemente, a precificação do seguro mais justa.

CHEGOU O NOVO SUPER DO PEDAÇO!

Super Poderoso, Super Novo:
o Super Simples!

O novo **Seguro de Vida PME Super Simples** é assim: nem bem chegou e já é campeão de popularidade. Além de super, ele é simples de cotar, de entender e mais fácil ainda de vender.

Converse com um executivo de contas Yasuda Marítima e conheça mais detalhes sobre esse super produto.

EMPRESA DO GRUPO



www.yasudamaritima.com.br



Ituran participa da 31ª Tribuna Livre

No dia 30 de novembro, a Ituran Brasil anunciou aos corretores presentes na 31ª Tribuna Livre – evento promovido mensalmente pela Câmara dos Corretores de Seguro de SP (Câmaracor), mais uma novidade ao setor: cobertura contra Perda Total por Colisão. De acordo com Roberto Posternak, gerente comercial da Ituran, essa cobertura pode ser adicionada ao Ituran com Seguro (ICS). “É um incremento a mais que os corretores podem oferecer aos seus clientes. Agora, ao contratar o Ituran com Seguro, o cliente

pode acrescentar coberturas adicionais como ‘Terceiros’ e ‘Perda Total por Colisão’. Esta nova cobertura cobre colisões sem franquia no caso em que as avarias do veículo atinjam ou ultrapassem 75% do valor do veículo na FIPE.

A empresa já comercializa o Ituran com Seguro há anos, para quem não tem apólice tradicional – garantindo proteção contra Roubo ou Furto. Ou seja, se o veículo não for recuperado, o segurado recebe uma indenização de 100% (cem por cento) do valor da tabela FIPE do carro. Agora a Ituran



Pedro Barbatto recebe corretores em Tribuna Livre com a Ituran

inova e passa a oferecer também cobertura para eventuais acidentes de trânsito, afirma Posternak.

FenSeg promove Seminário de Seguro Habitacional

A FenSeg promoveu, no dia 18 de novembro, o Seminário de Seguro Habitacional para discutir conceitos operacionais e buscar o aperfeiçoamento de rotinas. O evento reuniu profissionais de nível gerencial dos estipulantes de associações e das seguradoras.

A fim de levantar uma questão que possa estimular o debate entre os financiadores de imóveis e as seguradoras que operam o Seguro Habitacional, o consultor da FenSeg Antonio Carlos Gonçalves Silva provocou a plateia ao questionar: o seguro Ha-

bitacional deve ser mera garantia acessória numa operação de financiamento ou o imóvel deve ter aprovação também pela seguradora?

“Como até então as seguradoras só se manifestam sobre a aceitação de um risco habitacional no que se refere à cobertura de danos pessoais, examinando uma declaração firmada pelo interessado no financiamento e que é denominada DPS - Declaração Pessoal de Saúde, sugere-se, por meio deste debate, a busca de resposta idêntica sobre a aceitação do risco no que se refere

à cobertura de danos materiais”, salientou.

Em sua opinião, caberia à seguradora elaborar ou ter acesso a uma avaliação do imóvel que não se limite a fornecer apenas o seu valor de mercado, mas que forneça elementos sobre as condições internas, externas e histórico do local, com vistas, talvez, à fixação de valor de risco distinto do próprio valor de mercado, para fins de aceitação e para servir como referência na cobrança dos prêmios e na definição dos limites de indenização nos casos de sinistros.

CCS-SP festejou fim de ano em grande estilo

A tradicional festa de confraternização do Clube dos Corretores de Seguros de São Paulo (CCS-SP) repetiu neste ano o sucesso das edições anteriores. Foi realizada na noite de 19 de novembro, no Circolo Italiano reunindo cerca de 300 convidados. O cantor Fernando Rios apresentou o melhor da música brasileira e cantou diversos ritmos, do samba ao axé, colocando todos os convidados para dançar a noite toda.

O mentor Adevaldo Calegari agradeceu aos patrocinadores e, em seguida, solicitou aplausos em memória de Marco Rossi e Flávio Condurú de Oliveira. “Certamente, suas obras, alegria e companheirismo ficarão para sempre conosco”, disse.



O cantor Fernando Rios comemora com corretores

9º Insurance Service Meeting

A nona edição do Insurance Service Meeting, realizado em novembro em Angra dos Reis (RJ), trouxe o tema “Desafio da Transformação -Repensar, reagir e recriar”. Coordenado pela CNseg, o encontro é dedicado ao debate de questões consideradas estratégicas para companhias do setor. Momento também de troca de experiências entre os executivos responsáveis pelas áreas de Tecnologia da Informação e Negócios das empresas de seguro, vida e previdência, saúde suplementar e capitalização.

Em sua apresentação “Brasil, revisando os cenários”, Fernando Honorato Barbosa, economista da Bradesco Asset Management afirma que o problema econômico central é fiscal e que reconstruir a base de apoio político é fundamental para que o governo tenha sucesso na aprovação de reformas e que as soluções para o impasse político são: apontar interlocutor político com representatividade junto aos aliados; atender demandas dos aliados; compartilhar poder e cortar gastos que associem o governo ao ajuste.



“A rigidez orçamentária torna escolhas fiscais muito difíceis daqui em diante. Regras constitucionais (saúde, educação, salário mínimo) implicam que o gasto obrigatório crescerá 0,4% do PIB ao ano até 2030. Isso significa criarmos uma nova CPMF a cada 3,5 anos, ou seja, em 2030 a alíquota seria de 1,5% ao invés de 0,38%”, projetou.

Abraços em festa de confraternização da UCS

Cada convidado da festa de confraternização da União de Corretores de Seguros (UCS) no dia 27 de novembro foi recepcionado pelos Terapeutas do Trânsito com um grande abraço representando sinergia, paz e união para 2016.

O presidente Marcelo Guirao lembrou que foi um ano difícil para os brasileiros, mas que o corretor de seguros é um ser especial, que se destaca na sociedade. “O corretor é aquele que está sempre pronto para abraçar o segurado em seus momentos mais difíceis. Um abraço estabelece uma ligação entre as pessoas”, disse, sugerindo que todos se abraçassem.



Abraços: momento caloroso entre os associados

Mailson da Nóbrega é convidado de almoço do Sindseg-SP

O almoço de confraternização do Sindseg-SP, realizado no começo do mês no Hotel Maksoud Plaza tem como convidado especial Mailson da Nóbrega e contou com a presença das princi-

pais lideranças, entidades e empresas do mercado segurador. No início do evento, o Sindseg SP realizou uma homenagem a Casimiro Blanco Gomez, Marco Antonio Rossi e Lúcio Flávio Condurú de Oliveira.

do Estado para a implantação da Lei do Desmanche e, ainda, as ações de educação realizadas pela entidade, em parceria com o Sincor: Movimento Maio Amarelo e Campanha Transitando Seguro.

O ex-ministro da fazenda Mailson da Nóbrega fez uma breve apresentação de levantou questões sobre o atual contexto da economia brasileira. Ele disse que o país atravessa um momento difícil e que a virada acontece a partir de 2019. Segundo ele, o cenário para 2016 ainda é tenso, mas que “há esperança”.

Mauro Batista apresentou as atividades realizadas pelo sindicato durante o ano de 1025 e ressaltou a parceria do Sindseg-SP com a Secretaria de Segurança Pública



Almoço de confraternização do Sindseg-SP

SEGURO DE TRANSPORTES E MARÍTIMO



II Congresso Latino Americano de Seguros de Transportes & Cascos reúne em São Paulo profissionais de 14 países

“A Oportunidade de Seguro Marítimo no Ambiente Latino-Americano” foi o tema deste ano do III Congresso Latino Americano de Seguros de Transportes & Cascos, realizado de 16 a 19 de novembro, no Hotel Tivoli, em São Paulo. Realizado pelo Clube Internacional de Seguros de Transportes (CIST), em parceria com a Associação Latino-Americana de Subscritores Marítimos (Alsum), o evento – o maior de seguros de transportes da América Latina – reuniu subscritores de marine na América Latina, corretores de seguros, reguladores de sinistros, gerenciadores de riscos, advogados, operadores logísticos e demais profissionais interessados no negócio de seguros de transportes e casco.

Diferente de outras edições, este foi um congresso de maior duração e elaboração, que buscou qualidade em vez de quantidade, por isso o número de participantes foi limitado e inscrições encerradas com antecedência,

totalizando 350 profissionais vindos de diversos pontos do mundo. Participaram profissionais dos seguintes continentes e países: América Latina (Brasil, Argentina, Chile, Colômbia, Equador, México, Peru, Uruguai); América Central (Estados Unidos); Europa (Alemanha, Espanha, Holanda, Inglaterra e Portugal).

O presidente do CIST, José Geraldo da Silva, reforçou que a parceria entre as entidades, que têm em comum a missão de qualificar ainda mais o especializado corpo de profissionais de seguros de transportes, possibilitou construir o evento que se mostrou o maior e mais importante do setor ao promover a troca de experiências entre os profissionais de diversos países que atuam no segmento marine, e incluir na agenda da América Latina o importante mercado brasileiro. “Participando do congresso da Alsum, que no ano passado aconteceu em Bogotá, vi que podíamos unir as forças pela qualificação

do mercado. Convidamos a Alsum para participar de nosso congresso, que aconteceria no mesmo ano, e eles também ficaram impressionados com a sintonia das entidades. O congresso de 2015 foi a primeira de muitas ações que teremos em parceria”, afirma.



Para a presidente da Alsum, Erika Schoch, realizar um grande evento no Brasil trazia desafios interessantes: “O principal era aproximar a entidade do Brasil, que é um novo mercado e diferente ao resto da América Latina, não só pelo idioma, mas pela sua cultura e forma de trabalho. Um mercado muito importante. Por outro lado, seguir melhorando nossa exigente agenda acadêmica e pela qual os brasileiros vinham manifestando um grande interesse. Existe um interesse muito grande no mercado, não só latino-americano, como o europeu e o norte-americano”.

Na primeira noite, os participantes puderam se conhecer e interagir durante o coquetel de abertura. Eles foram recebidos por uma dupla de “piratas”, incluindo um sócia do personagem Jack Sparrow, fazendo alusão ao grande problema que enfrentam e deveriam discutir nos próximos dias: a ação criminosa no seguro marítimo, cujos fraudadores são conhecidos mesmo como piratas.

Nos dois dias seguintes houve uma agenda de trabalho intenso com seis blocos de palestras, além de análises do setor de transportes nas falas

de abertura e fechamento, que totalizaram 20 ricas apresentações para esse público especializado.

Intercâmbio de conhecimento

Das 21 palestras do III Congresso Latino Americano de Seguros de Transportes & Cargos, 12 foram apresentadas por estrangeiros. Em todos os painéis havia pelo menos um palestrante nacional e um internacional, e a mesma divisão com os debatedores.

Dieter Berg, presidente da IUMI (International Union of Marine Insurance) e gerente-executivo da Munich Re, vindo da Alemanha, participou da cerimônia de abertura trazendo um panorama mundial do seguro de transporte. Da Inglaterra, Christopher Pratts, advogado da Waltons & Morse, trouxe para o painel de Legislação e Contratos de Seguros os elementos principais da modificação do Insurance Act do Reino Unido e das cláusulas do Instituto de Londres.

No painel “Cash in transit”, Antelmo Terrades, presidente da Secrisk International, vindo dos Estados

Unidos, apresentou o gerenciamento de riscos e a experiência do “dinheiro em trânsito”.

Discutindo sobre “Cyber Risk”, Jai Sharma, advogado especializado em Marine da Clyde & Co, na Inglaterra, apresentou a evolução do conceito de *cyber risk* e sua relação com a indústria de seguros. No mesmo painel, Anthony Cowie, vice-presidente da Swiss Re, da Austrália, abordou as implicações de *cyber risk* no resseguro e no seguro marítimo.

Abordando Cascos, Richard Adler, gerente de riscos de seguros da Ultramar Chile, trouxe a visão da subscrição de cascos por parte do armador.

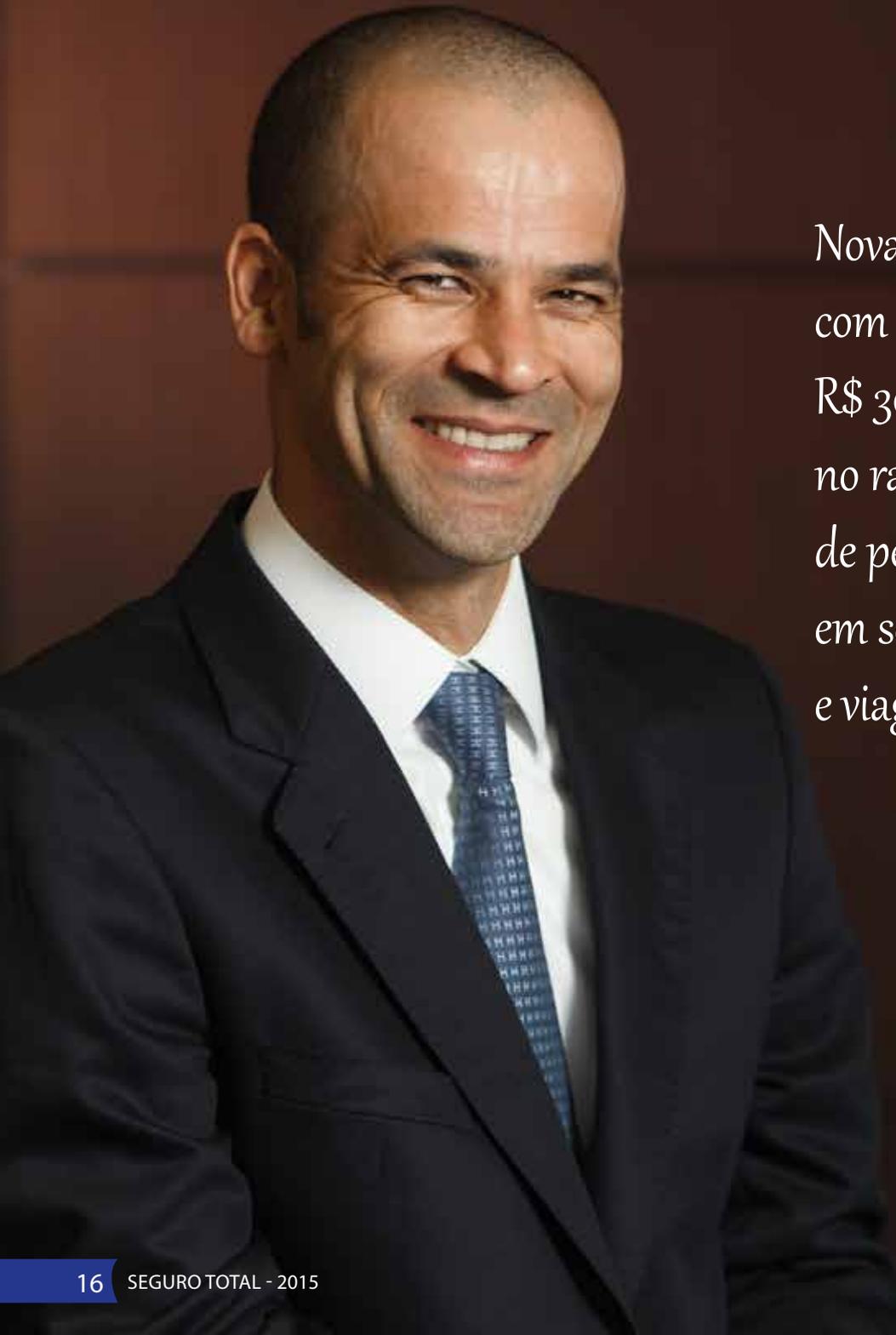
No bloco de workshops práticos, María Fernanda Alonso, vice-presidente da Swiss Re Latam, falou sobre aspectos críticos na subscrição de seguros marítimos; David Lawrence, controller of agencies do Lloyd’s de Londres, falou sobre salvamento, o formato LOF e a oportunidade de jogar com o árbitro; Claudio Verconich, vice-presidente de Marine da Liberty International Underwriters, vindo do Canadá, apresentou o Project Cargo.

No encerramento, Charlotte War, diretora da Sarnia Training, de Londres, fez as conclusões e reflexões do evento e apresentou os desafios para os subscritores. Maurício de la Guardia, CEO da Internacional de Seguros, e Carlos Berguido, sócio da KBK Advogados, ambos do Panamá, apresentaram a próxima edição do Congresso, que em 2016 acontece no país, com realização da Alsum, enquanto neste ano o CIST produz seu evento no Brasil. A parceria das entidades para realização de evento único entre as entidades será retomada em 2017, e deve acontecer bianualmente, nos anos ímpares.



Agenda intensa com palestras e relacionamento na feira de exposições

Grupo Omint completa 35 anos no Brasil e abre seguradora para ampliar negócios no país



Nova companhia nasce com investimento de R\$ 30 milhões e vai atuar no ramo de seguro de pessoas, com foco em seguros de vida e viagem

Cícero Barreto,
diretor comercial
do Grupo Omint

Líder em planos de saúde para o mercado de alto padrão, o grupo Omint vai celebrar seus 35 anos de atuação no país estreando em nova frente de negócios no mercado brasileiro. Com R\$ 30 milhões de investimento, o grupo deu início às operações da Omint Seguros, empresa criada para atuar no mercado de seguros de pessoas, segmento que cresce a taxas aceleradas no país.

A Omint entra no setor de seguros depois de se consolidar como uma das mais bem-sucedidas empresas de planos de saúde do mercado brasileiro. A companhia conta hoje com mais de 123 mil vidas em carteira e deve fechar 2015 com faturamento de R\$1.175 milhões, 20,4% superior ao verificado em 2014.

“Vimos uma oportunidade de incrementar nosso leque de produtos de proteção”, diz Cícero Barreto, diretor comercial do Grupo Omint. “A Omint Seguros será uma operação dedicada ao ramo de seguros de pessoas, com foco em seguro de vida e seguro viagem”, diz o executivo.

O plano de negócios da Omint Seguros indica que ao final do terceiro ano de atividade os prêmios da nova companhia atinjam o patamar de R\$ 60 milhões anuais. “No longo prazo, ou seja, em 10 anos, estimamos que a Omint Seguros responda por 1/3 do faturamento do Grupo Omint no Brasil”, destaca Barreto.

Os primeiros produtos comercializados pela Omint Seguros serão Seguro Viagem e o Seguro de Vida em Grupo, exclusivo para o mercado corporativo. De acordo com Fabiano Vidal, gerente comercial da Omint Seguros, o Vida em Grupo da nova seguradora poderá ser formatado sob medida, com coberturas diferenciadas entre níveis hierárquicos das empresas, além de contar com valores de cobertura acima da média praticada pelo mercado. Com um portfólio que oferece desde os produtos clássicos de mercado até os mais sofisticados e a possibilidade de customização inclusive para o nicho de PME, o Seguro de Vida em Grupo Omint atende a diversos perfis de empresas.

“O portfólio de Seguro de Vida em Grupo faz da Omint Seguros uma excelente opção para diversos perfis de empresas”

Em 2016, a Omint Seguros passará também a oferecer Seguro de Vida Individual.

A Omint Seguros nasce também com foco na excelência em processos. Exemplo disso, são os diversos serviços e funcionalidades criados para facilitar a vida de quem vende, disponíveis no site da companhia: endossos, movimentações, 2ª via de certificado, entre outros. O cliente também terá acesso a serviços que facilitarão o seu dia a dia.

No Seguro Viagem, a Omint aproveitou a expertise do grupo no segmento. Desde 2011, a Omint atua no segmento por meio da Premium Assistance, especializada em assistência em viagem, que passa a operar com apólices asseguradas pela Omint Seguros e adequadas às novas regras da Susep para o segmento.

“Seremos a única seguradora especializada em viagem do mercado brasileiro associada ao sistema IAG”, explica o gerente comercial de Via-



Fabiano Vidal, gerente comercial da Omint Seguros

gem da Omint Seguros, Fábio Pessoa. O IAG (International Assistance Group) é um conglomerado de empresas especializadas em Assistência em Viagem que conta com mais de 6 mil profissionais, 2 mil hospitais, 46 centros de atendimento ao usuário espalhados pelos 5 continentes e atendimento telefônico em até 5 idiomas. São ainda mais de 79 milhões de usuários em mais de 180 países.

O seguro viagem é uma oportunidade do cliente que ainda não teve contato com a marca Omint ter essa experiência, e contar com a excelência de atendimento característica da companhia.

Canais de distribuição

Além de concentrar esforços de comercialização na base de clientes já atendidos pelo Grupo no segmento de planos de saúde, a Omint Seguros “buscará oportunidades fora dessa

base, com foco nos mercados de São Paulo, interior de São Paulo e Rio de Janeiro” afirma Cícero Barreto.

Para reforçar a distribuição, a Omint ampliará a parceria com corretores especializados. Atualmente, a companhia opera com 1.100 corretores cadastrados, que comercializam os planos de saúde da empresa e já estão habilitados para a venda de seguros de vida em grupo e viagem..

De acordo com Barreto, a experiência em um setor altamente regulado como o mercado de saúde suplementar foi decisiva para a Omint avançar no mercado de seguros. “Temos uma plataforma que é reconhecida como prestadora de serviços de excelência em saúde. Agora vamos replicar o modelo na indústria de seguros, para atender a demanda dos gestores que estruturam políticas de benefícios nas empresas e as necessidades de nossos clientes”.

Mercado

A entrada do Grupo Omint no mercado segurador brasileiro se dá em um momento em que o setor apresenta taxa média de crescimento acima de 14% ao ano e evolução na participação do PIB de 2,81% para 3,5% considerando o período de 2001 a 2014.

“Há no país cerca de 6 milhões de empresas pequenas e médias, que representam cerca de 27% do PIB e que podem ser exploradas pelo setor”, esclarece Fabiano Vidal. Assim como no mercado de saúde, a Omint Seguros dará atenção especial às pequenas e médias empresas, de 4 a 200 vidas, nicho menos explorado e que gera rentabilidade. “Também trabalharemos com oportunidades acima de 200 vidas mantendo o mesmo padrão de qualidade e entrega”, acrescenta.

Arquitetura do Grupo Omint



OMINT
SAÚDE

OMINT
SEGUROS

OMINT | MEDICINA
SAÚDE

OMINT | VIDA EM GRUPO
SEGUROS

OMINT | ODONTOLOGIA
SAÚDE

OMINT | VIAGEM
SEGUROS

OMINT | CLÍNICA ODONTOLÓGICA
SAÚDE

OMINT | VIDA INDIVIDUAL
SEGUROS

2016

Omint, 35 anos de Brasil

Desde que chegou ao país em 1980, o Grupo Omint, se destacou pela excelência em serviços e atendimento. Desenvolveu o primeiro plano de saúde voltado para o segmento de alto padrão e hoje é líder de mercado neste segmento, com a Omint Saúde.

Seus planos são dirigidos à alta administração de grandes companhias, tendo se transformado ao longo dos últimos anos em objeto de desejo no pacote de benefícios oferecidos na contratação de diretores e presidentes.

Para disputar este segmento, a Omint criou uma série de diferenciais e serviços exclusivos aos clientes. A rede de médicos credenciados, por exemplo, contempla grandes nomes da medicina brasileira. Na Omint, o cliente pode se consultar com mais de 700 especialistas renomados, muitos deles exclusivos da operadora, sem desembolsar nenhum centavo a mais por isso.

Além de só trabalhar com hospitais de primeira linha como Hospital Israelita Albert Einstein, Hospital Sírio Libanês e Centros de Diagnósticos como o Fleury e Alta Excelência Diagnóstica, a Omint é campeã na eliminação da burocracia que tanto causa inconveniente aos clientes de planos de saúde.

Na Omint a autorização para internação e realização de procedimentos cirúrgicos é emitida em até 6 horas dependendo da urgência do caso. Além disso, oferece planos em que o reembolso de consultas feitas fora da rede credenciada sai em 24 horas, sendo depositado na conta corrente do associado.

A Omint criou um amplo leque de ações e programas para atuar na prevenção de saúde nas empresas e



Vila Omint – sede da empresa instalada no Jardim Paulistano

melhorar a qualidade de vida dos associados do plano. Carro-chefe destas ações foi a criação do Núcleo de Saúde e Prevenção, que coordena o Programa de Promoção de Saúde.

O 'Doutor em Casa' prevê acesso de seus associados a médicos, inclusive pediatras, 24 horas por dia, 7 dias por semana, que, dependendo do caso, podem realizar atendimento em domicílio. Pacientes crônicos e casos complexos também merecem atenção especial da Omint, diferenciando a marca neste mercado de saúde suplementar.

A inovação, diferencial da companhia, não permeia apenas este tipo de serviços, mas resulta também no lançamento de produtos inéditos no mercado brasileiro, caso do plano Omint Estilo, o primeiro do país a contemplar cirurgias plásticas de caráter estético.

A Omint deu ainda um importante passo em 2013 com a criação do Omint Corporate, um plano de saúde corporativo com excelente custo-benefício, focado na média e

alta gerência, que mantém os mesmos padrões de qualidade de todo o portfólio da operadora.

Odontologia

A Omint também se firmou como referência em odontologia de alto padrão. A empresa, que entrou nesse segmento nos anos 90, investiu na construção de duas unidades de uma das mais modernas clínicas odontológicas do país que hoje atende mais de 6 mil pacientes por mês, entre associados Omint e clientes particulares.

São 19 consultórios distribuídos em duas unidades de operação, uma instalada na sede da Omint na região da Av. Cidade Jardim e a outra na Av. Berrini, ambas na capital paulista. Trata-se da única clínica odontológica do ocidente a conquistar o selo JCI Accreditation, um dos mais reconhecidos do mundo. No Brasil, apenas grandes instituições como o Hospital Israelita Albert Einstein, o Hospital Sírio-Libanês e o Hospital Oswaldo Cruz, contam com a certificação.

ALIANÇA SUSTENTÁVEL

Fórum empresarial reúne entidades e empresas dedicadas a enfrentar e reverter a crise hídrica. Autoridades no assunto debatem ações viáveis com base em experiências bem-sucedidas

Por Aurora Ayres

A preocupação com a gestão socioambiental não é moda ou oportunismo, é uma questão de sobrevivência para as organizações. Além de garantir a sustentabilidade, o uso eficiente da água pode refletir positivamente na receita das empresas. Com a proposta de incentivar a interação entre empresas dedicadas às iniciativas sustentáveis, o Instituto de Pesquisa e Responsabilidade Socioambiental Chico Mendes (INPRA) – com apoio da São Cristóvão Saúde – realizou, no dia 24 de novembro, a segunda edição do Fórum Empresarial Chico Mendes de Sustentabilidade.

Autoridades nacionais envolvidas com o tema “Água: Gestão, eficiência e planejamento” encontraram-se nas dependências do Clube Sírio, em São Paulo, para debater como explorar formas de preservar os recursos hídricos naturais. Empresas e entidades também tiveram a oportunidade de apresentar cases e projetos que mostram o uso eficiente da água, com reflexo positivo tanto na receita quanto na redução do impacto na natureza.

O encontro, que reúne vários agentes do setor, já é um canal aglutinador de ideias, discussões, propostas, análises de desafios e oportunidades para a gestão da água, uso responsável e planejamento de soluções ambientalmente corretas, socialmente justas e economicamente viáveis. “As discussões sobre o uso eficiente da água, recurso importante não só nos lares como nos mais diversos processos produtivos, buscam por soluções mais do que criativas, mas de aproveitamento sustentável como questão fundamental para a competitividade das empresas”, afirma Sérgio Paixão, diretor-executivo do INPRA.



Sérgio Paixão, diretor-executivo do INPRA

Ao exibir um panorama dos comitês de bacias e do plano de abastecimento da região macro metropolitana do Estado de São Paulo, o engenheiro Alceu Guérios Bittencourt, presidente da Associação Brasileira de Engenharia Sanitária e Ambiental (ABES – Seção SP), acentuou que em regiões de grande complexidade e escassez relativa de água, não se admite mais a prática de soluções isoladas. “O sistema de recursos hídricos da região funciona com deficiência. Os comitês de bacias hidrográficas, as câmaras técnicas e as entidades gestoras devem trabalhar de forma integrada, tomadas no seu conjunto. A metodologia proposta no que diz respeito ao processo de gestão deve combater a tendência da exacerbação de interesses locais. Soluções macrorregionais e gestão integrada precisam predominar”, salientou.

Como primeiro exemplo de ação bem-sucedida, houve a apresentação da empresa São Cristóvão Saúde e as medidas de reaproveitamento de água nas estruturas da empresa. A palestra “Reuso e Utilização Conscien-

te da Água”, realizada por Ademir Melo Domingues, engenheiro de manutenção do Hospital São Cristóvão deixou claro que, com pouco investimento, é possível economizar no uso da água. Ele conta que em 2007 foi implantado um sistema interligado de uso racional da água e que entre 2007 e 2015, o hospital economizou mais de R\$ 1 milhão por ano. “Nosso projeto futuro é expandir em até 80% a captação de água de chuva”, prevê Domingues.

Na visão de Marina Santa Rosa, coordenadora da Câmara Técnica de Água do Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável (CEBDS), a “cultura da abundância dos recursos hídricos deve acabar, por meio da conscientização e da punição pelo uso indevido da água, bem como discutir o custo da água e o valor dado pelas empresas e pela sociedade brasileira”, frisou.

Em sua apresentação intitulada “Ferramentas para o Gerenciamento dos Recursos Hídricos”, ela ressaltou que a gestão dos recursos hídricos é uma oportunidade para que as empresas cresçam a longo prazo e cola-



Alceu Guérios Bittencourt, presidente da ABES



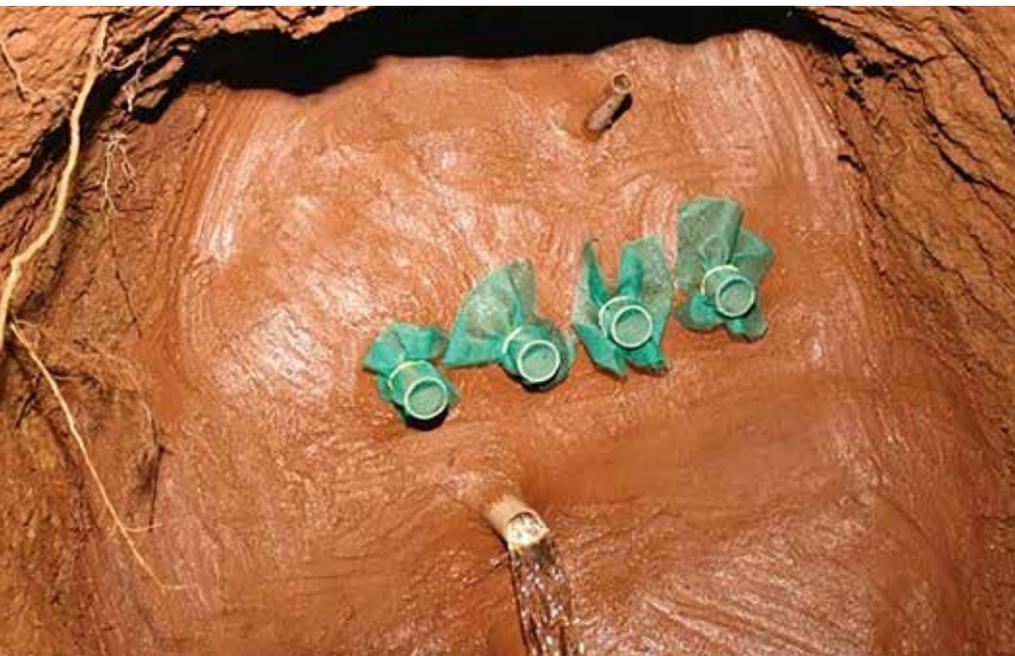
Marina Santa Rosa, do CEBDS

borem com o país. “Os riscos geram impactos diferentes. As ferramentas utilizadas hoje têm caráter geral, com base de dados limitada. Existem várias ferramentas de softwares e relatórios adaptados de modelos internacionais com planilhas online e gratuitas, acessíveis para qualquer tipo de empresa, que servem como guias e suporte para a avaliação da gestão empresarial dos riscos relacionados com a água”, assegura.

Comunidades envolvidas

São inúmeros os projetos lançados por ongs e instituições brasileiras sem fins lucrativos que visam a melhoria da qualidade de vida das pessoas assim como ações que apresentam propostas interessantes e possibilitam o início de uma transformação social atendendo às necessidades de comunidades.

Um feliz exemplo é o Projeto Olho D’Água que aposta na qualidade de vida das futuras gerações, filhos e netos dos cooperados da Cocari, buscando o envolvimento e aguçando a responsabilidade socioam-



Projeto Olho D'Água promove recuperação de nascentes no Paraná

biental na comunidade. Lançado em 2009, o projeto promove a restauração de minas localizadas em propriedades de cooperados. É realizado em parceria entre a Cocari e a empresa Nortox, com apoio da Secretaria de Estado do Meio Ambiente e Recursos Hídricos (Sema), Emater e Instituto Ambiental do Paraná (IAP).

O projeto conta com participação direta das comunidades dos municípios em que a cooperativa está inserida e possibilita, aos cooperados e seus familiares, desfrutarem de fontes de água limpa, sem riscos de contaminação, com rios, mananciais e minas das propriedades rurais purificados. “O método é simples, não agride o meio ambiente e é adaptado para cada situação, utilizando os recursos naturais locais”, explica Janaína Rosa de Souza, da Nortox.

Na área de ação da Cocari, o número de minas restauradas e a fila de espera crescem mês após mês, demonstrando o nível de conscientização e envolvimento dos produtores rurais quanto à preservação dos cursos d'água. A recuperação das minas obedece a um cronograma de cadastramento informatizado, que pode ser feito em qualquer unidade da cooperativa.

O conteúdo do fórum concentrou ainda os depoimentos das empresas ITMF – Life Straw, com a gerente de Negócios, Valéria Ortega, apresentando o case “Tratamento Simplificado da Água”; Itaipu Binacional e o

projeto Cultivando Água Boa, com Marcos Pagani; Alumar /Alcoa e a “Redução da Pegada Hídrica com a Utilização de Efluentes Industriais no Processo Produtivo”, com o engenheiro Adonay Souza; além do “Projeto Jogue Limpo: Mitigando o Risco de Poluição das Águas”, com Ézio Camillo Antunes, presidente do Instituto Jogue Limpo e “Água como Bem Essencial à Vida”, com Ulisses Girardi, diretor presidente do Grupo Visafértil.

A programação foi viabilizada com o apoio da São Cristóvão Saúde, Itaipu Binacional, Grupo Petrópolis e Dypower Systems. As empresas fizeram uma análise do cenário atual e as perspectivas da problemática da água, considerando as políticas nacionais, apontando soluções que resultem em adequações operacionais, oportunidade de negócios, regulação, cidadania e sustentabilidade. A proposta, de acordo com Sérgio Paixão, diretor-executivo do instituto, é elaborar um documento com as orientações obtidas nos debates, material que será disponibilizado para multiplicar as ações e experiências pelos setores empresarial e industrial.



Janaína Rosa de Souza, da Nortox

Sobre o Instituto Socioambiental Chico Mendes

O Instituto de Pesquisa e Responsabilidade Socioambiental Chico Mendes (INPRA) é uma Organização Não Governamental sem fins lucrativos, fundada em 2004. Mantém sedes administrativas no Paraná, no Município de Quatro Barras (APA do IRAÍ), na Região Metropolitana de Curitiba, em Fortaleza e em São Paulo. Saiba mais no site: www.instituto-chicomendes.org.br



CEBDS lança publicação sobre Riscos Climáticos na COP 21

Contribuir para a incorporação do fator “clima” no planejamento estratégico das empresas, em especial no processo de gestão de riscos, inserindo essa variável em seu modelo de gestão. Esses são os principais objetivos do estudo “Riscos Climáticos: como o setor empresarial está se adaptando?”, que será lançado pelo Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável (CEBDS) na 21ª Conferência do Clima da Organização das Nações Unidas (ONU), que começou dia 30 de novembro em Paris.

De acordo com o 5º relatório de avaliação (Fifth Assessment Report - AR5) publicado em 2014 pelo Painel Intergovernamental sobre Mudanças climáticas (IPCC), as mudanças climáticas já são uma problemática atual. Segundo o documento, combinando dados de oceanos e superfície terrestre, a média global de temperatura mostra um aquecimento 0,85°C no período de 1880 a 2012. Esta variação, apesar de aparentemente tímida, já é suficiente para provocar diversas mudanças no sistema climático, como o aumento do nível do mar, que entre 1901 e 2010 apresentou elevação de 0,19 metros.

Segundo o Painel Brasileiro de Mudanças Climáticas, algumas regiões do Brasil poderão apresentar alterações na temperatura e nos níveis de precipitação devido ao aquecimento global. Os modelos climáticos regionais apontam riscos de “savanização” de parte da Amazônia, chuvas intensas e inundações nas áreas costeiras e urbanas das regiões Sul e Su-

deste, além de reduções significativas do potencial de geração hidrelétrica nas regiões Norte, Centro-Oeste e Nordeste.

Neste sentido, no Programa de Mudanças Climáticas CDP (CDP, 2014), 83% das empresas brasileiras relataram ter identificado algum tipo de risco relacionado às mudanças do clima. Apesar disso, a incorporação dos riscos climáticos na gestão empresarial ainda é um desafio, principalmente devido às incertezas das projeções futuras e à natureza de longo prazo dos cenários. Soma-se a isso o fato de que estudos científicos correlacionando mudanças climáticas e seus impactos sobre as empresas são incipientes no país.

Nos últimos anos, a principal preocupação das corporações em relação às mudanças climáticas estava relacionada à mitigação – esforços para reduzir a quantidade de emissões produzidas pelos ativos sob sua gestão (como por exemplo centrais elétricas, fábricas, edifícios, veículos, agricultura entre outras fontes). No entanto, a diversidade de cenários projetados por organismos internacionais de pesquisa sobre os impactos das mudanças climáticas tem demonstrado que seus efeitos podem se tornar riscos diretos para as empresas, especialmente para aquelas que operam em regiões vulneráveis ou em setores intensivos no uso de combustíveis de origem fóssil.

A resposta das organizações sobre os efeitos das mudanças climáticas nos seus negócios requer uma estratégia robusta de gestão de riscos.



O SETOR DE SEGUROS E A CRISE

A exemplo dos últimos meses, a boa performance dos produtos de acumulação financeira como VGBL vem sustentando o crescimento do setor de seguros. De acordo com a edição de novembro da Carta de Conjuntura do Setor de Seguros, publicação assinada pelo Sincor-SP (Sindicato dos Corretores de Seguros no Estado de São Paulo), no acumulado dos três primeiros trimestres de 2015, o faturamento do setor de seguros, com VGBL e sem saúde suplementar, conta com alta de 14%.

Contudo, quando considerados somente os produtos típicos de seguros, como automóvel, pessoas e residencial, por exemplo, a variação acumulada é bem menor, girando em torno dos 6%. O avanço, portanto, está abaixo da inflação registrada no mesmo período, em quase 10%.

Desmembrando aquele percentual por tipo de produtos, o seguro de pessoas cresceu 9%, ao passo que a evolução do ramo de seguros elementares foi de 4%.

Segundo a Carta de Conjuntura, sofrendo influência direta da crise econômica, o mercado de seguros deve desacelerar, de modo que a estimativa para 2015 é expansão de aproximadamente 7%, sem saúde suplementar, abaixo dos 10% registrados em 2014. Com acréscimo dos produtos de saúde e VGBL, a perspectiva é ficar entre 10% e 15%, mantendo os dois dígitos de exercícios anteriores.

Leia, nas próximas páginas, a visão de alguns empresários e representantes de federações do mercado segurador diante do momento atual que o país enfrenta:



**Osvaldo Nascimento,
presidente da FenaPrevi:**

“Mesmo diante do cenário adverso da economia, o investidor em previdência complementar aberta, com planejamento de longo prazo, opta por manter as aplicações visando no horizonte a aposentadoria, ou a educação dos filhos no caso dos planos para menores. A previdência complementar aberta é a modalidade de investimento preferida daquele poupador que visa o longo prazo. Numa perspectiva de longo prazo, nossa visão é positiva. O desafio do setor é difundir a educação financeira, criar produtos cada vez mais adequados aos diversos perfis de investidores.”

**Marcio Serôa de Araujo Coriolano,
presidente da FenaSaúde**



“Pesquisa do Ibope, de abril, mostra que plano de saúde é o terceiro item de maior relevância em consumo no país, atrás de educação e casa própria. Mas, claro, a atual conjuntura econômica afetou todos os segmentos, incluindo Saúde Suplementar. Em 2015, pela primeira vez em anos, houve redução na base de beneficiários – cerca de 0,4% –, devido a ajustes especialmente na indústria de petróleo e gás e na de montagem industrial, o que afetou os empregos. Com isso, as perspectivas para 2016 dependerão da economia, da geração de trabalho e renda, e da resiliência dos setores de serviços e comércio, que concentram pequenas e médias empresas – mais demandantes e dinâmicas.”

Dados do setor de capitalização divulgados pela FenaCap:

“A FenaCap, entidade que representa as 17 empresas do setor, realizou nos meses de abril e maio uma pesquisa qualitativa que traçou o perfil e o comportamento de consumo dos clientes de títulos de capitalização. O levantamento foi realizado pelo Instituto Overview e ouviu 15 grupos de clientes e não clientes, das classes C e D, sem distinção de gênero, em sete capitais. O resultado mostra que a aquisição da casa própria continua sendo o principal sonho do brasileiro. A surpresa ficou por conta do segundo lugar, que ficou com custeio dos estudos e desbancou a compra de um carro. Os resultados indicaram ainda

que neste momento de incertezas da economia as pessoas estão planejando e guardando mais dinheiro.”

**Paride Della Rosa,
diretor-presidente da AIG Brasil:**



“Embora as projeções atuais nos apresentem uma retração da economia, no longo prazo, o Brasil deverá seguir representando um importante centro de investimentos. O mercado segurador interno ainda tem muito espaço para crescer e amadurecer em produtos massificados para pessoas físicas e para pequenos e médios negócios. Adicionalmente, o segmento de grandes riscos continua apresentando boas perspectivas de negócios para grupos seguradores consolidados que apresentem experiência e capacidade para lidar com riscos complexos e limites elevados.”

**Cassio Seleme Zandona,
diretor Comercial da Amil:**



“No cenário de desafios macroeconômicos pelos quais passa o país, a Amil mantém o cliente como centro de sua estratégia, reforçando as soluções que permitam que as pessoas vivam de forma mais saudável. Contamos com um portfólio diversificado para atender a todos os segmentos econômicos e níveis hierárquicos das organizações, sempre garantindo uma maior resolubilidade, menor desperdício e uso racional dos recursos, visando minimizar custos e manter a qualidade assistencial. Além disso, em 2016, continuaremos a fortalecer o relacionamento com os corretores de seguros, parceiros estratégicos na comercialização dos nossos planos.”

**Robert Hufnagel,
presidente da Berkley Brasil**



“Ao longo de 2015, a Berkley enfrentou o desafio de manter impulsionada a produção de suas linhas de negócios e, sem dúvida, motivar seus colaboradores para superar os abismos de um período de instabilidades econômicas. Nossos investimentos no processo de regionalização, têm impulsionado nosso crescimento que, na contramão do cenário brasileiro, chegou ao índice de 38% neste ano. Para

o próximo ano, esperamos ter ainda mais boas notícias que gerem novos negócios e impulsionem o crescimento efetivo do mercado securitário ao longo de 2016.”

**Marcio Lobão,
presidente da Brasilcap:**



“A capitalização é e continuará sendo um grande aliado dos brasileiros para planejar o futuro. Se por um lado as famílias têm consumido menos, por outro elas têm economizado mais. É exatamente aí que a capitalização se torna uma excelente opção, por seu viés de estímulo à disciplina financeira. Soma-se a isso a chance de ganhar prêmios que podem mudar a vida de uma hora para outra. Assim, a capitalização permanece como uma alternativa fácil e segura em todos os cenários econômicos, para todos os tipos de bolsos. Em 2015, lançamos produtos inovadores e registramos números expressivos de faturamento, sorteio e reservas. Continuamos bastante otimistas em manter os bons resultados para 2016.”

**Nivaldo Venturini,
presidente & CEO da Chubb Seguros:**



“A desaceleração econômica exige uma resposta efetiva por parte das empresas. Na Chubb entendemos que a oferta consultiva de coberturas adequadas a cada necessidade é um diferencial que faz um cliente reconhecer qual fornecedor está ao seu lado durante a crise. Continuaremos resilientes e confiantes para cumprir este compromisso com nossos clientes e manter a competitividade. Para isso é que sempre contamos com um corpo técnico de reconhecida capacidade e também com o conhecimento global de nossa matriz para identificar cenários e tendências de mercado.”

**Ilton Roberto Brum de Oliveira,
presidente da Diretoria Executiva do
GBOEX:**



“A situação econômica do país não foi muito favorável ao desenvolvimento e, 2016 também será um ano difícil, porém o mercado de seguros e previdência vem tendo um crescimento acentuado nos últimos anos. É um dos setores que mais cresce e há uma demanda muito

grande a ser trabalhada. As pessoas estão percebendo a necessidade de proteção e os fatores são a constante exposição aos riscos sociais (morte, invalidez), a longevidade e a insegurança em relação à previdência pública. Em 2015 acredito que o mercado tenha um crescimento de 14%. E para 2016, a expectativa fica em torno de dois dígitos, mantendo posição de destaque no ranking das Entidades Abertas de Previdência Complementar Sem Fins Lucrativos do Brasil, entre 45% a 50 % de participação de mercado neste segmento. Vamos aprimorar a relação com os corretores e investir na capacitação dos colaboradores. Em termos de produto, temos nossas apostas.”

**Marcos Ferreira,
presidente do Grupo BB e Mapfre(Auto,
Seguros Gerais e Affinities):**



“O ano de 2015 trouxe grandes desafios para o nosso mercado de seguros, impulsionado pelo atual cenário brasileiro. Para o Grupo BB e Mapfre, foi um período de conquistas, resultado da sólida parceria com os corretores, da forte presença em todo o território nacional e do amplo portfólio de seguro. Pilar fundamental da operação, a diversidade de produtos tem garantido a nossa presença e proteção em todas as fases da compra do seguro. Para 2016, o foco continuará na inovação, como forma de ampliação do mercado.”

**Fábio Basilone,
presidente do Grupo CGSC para o Brasil:**



“O ano de 2015 pareceu apenas se esgueirar entre as frestas dos escândalos políticos e da instabilidade econômica que o País tem vivenciado. No entanto e longe disso, esse foi mais um ano de consolidação do setor no Brasil e no mundo. Grandes operações de aquisição foram completadas e outras tantas estão em curso. Essa tendência de formação de grupos econômicos cada vez maiores não parece ter arrefecido em função da necessidade de redução dos custos de operação, de adaptação às novas regulamentações e da busca por uma maior capilaridade de distribuição. Para o nosso Grupo aqui no Brasil, foi um ano espetacular. Rigor estratégico, governança corporativa e cada vez mais atenção aos clientes farão de 2016 um ano de consolidação até um novo ciclo de crescimento.”

**Luciano Snel,
presidente da Icatu Seguros**



“Apesar de 2015 ter sido um ano desafiador em função do contexto econômico, a Icatu Seguros manteve o ritmo forte de crescimento e lucratividade dos últimos anos. Buscamos aprimorar o atendimento e investimos na qualidade dos produtos e serviços aos clientes, corretores e parceiros comerciais. Para 2016, continuamos otimistas, pois os ramos em que atuamos oferecem várias oportunidades de crescimento e de desenvolvimento. O potencial do mercado, não só de previdência complementar como o de seguro de vida, é enorme.”

**Maurício Ghetler,
diretor de marketing e vendas da I4PRO:**



“Apesar dos sobressaltos da economia e política, ainda observamos grande atividade por parte das seguradoras no Brasil, principalmente em relação a mudanças de estratégia e exploração de novos nichos de mercado. Nos parece claro que o nível de crescimento de dois dígitos ainda seja possível em 2015 e 2016 mas não há espaço para aqueles que contemplam a crise a espera de um milagre mas esquecem de fazer a lição de casa... O momento é de melhorar processos, pessoas e suporte sistêmico, aproveitar nichos com boa rentabilidade e ter agressividade comercial.”

**James Theodoro,
presidente da Korsá Seguros:**



“O ano de 2015 foi extremamente importante na história da Korsá. Comemoramos 21 anos de atuação no mercado de seguros e demos continuidade ao trabalho de fortalecimento de nossa marca com sucesso. Nossa corretora conquistou importantes clientes, firmou parcerias e alianças estratégicas de negócios, investiu em tecnologia da informação e tudo isso contribuiu para o crescimento da empresa. Estamos otimistas com a chegada de 2016, onde novos projetos de expansão irão se concretizar, firmando o nosso status de corretora referência em Gestão de Riscos e Seguros de alta complexidade.”

**Marcos Machini,
vice-presidente Comercial
da Liberty Seguros:**



“Este foi, sem dúvidas, um ano de muitos desafios. Na Liberty Seguros, ao longo de 2015, mantivemos as iniciativas que foram definidas no nosso planejamento estratégico, sendo que o primeiro semestre foi o melhor da história da companhia no Brasil. Esses resultados só foram possíveis, pois nos mantivemos focados em nossas prioridades: a entrega de uma experiência excepcional para clientes e corretores, o desenvolvimento de pessoas e os investimentos para oferecer um leque cada vez mais amplo de soluções de seguros para pessoas e empresas.”

**Raphael de Carvalho,
presidente da MetLife no Brasil:**



“Acredito que 2016 será um ano desafiador, mas ainda de muitas oportunidades para o mercado segurador. A nosso favor temos a percepção cada vez maior das empresas de que seguro de vida, planos odontológicos e previdência privada são benefícios diferenciados na hora de atrair, reter e motivar seus talentos. Eventuais incertezas associadas ao ano que entra também reforçam nas pessoas o desejo de estarem protegidas, e proteger é nossa missão. 2015 foi um ano de forte ação junto aos nossos parceiros de negócios – os corretores – e revisão de produtos para atender às necessidades do mercado, principalmente para o segmento de PME. Em 2016 iremos investir ainda mais na proximidade com os corretores, garantindo excelência nos serviços e agilidade no atendimento.”

**José Carlos Macedo dos Santos,
CEO da PAN Seguros:**



“A PAN Seguros alcançou ótimos resultados em 2015, consequência da diversificada base de receita e estratégia de expansão da companhia. Para 2016, estamos otimistas e confiantes na manutenção do nosso elevado ritmo de crescimento. Para isso, vamos continuar investindo em tecnologia, pessoas e ferramentas de gestão para levar soluções diferenciadas e inovadoras aos clientes e parceiros. O mercado de seguros no Brasil tem muitas oportunidades de crescimento em relação ao PIB e estamos preparados para ser a seguradora dos brasileiros.”

Fábio Luchetti, presidente da Porto Seguro:

“Foi um ano desafiador não só para o mercado de seguros, mas para todos os setores. O setor sofreu o impacto da redução na venda de veículos novos, e com o desemprego e a economia fraca, afetou o segmento de seguros empresariais. 2016 vai continuar exigindo disciplina e estratégia das empresas para manter o faturamento. Mas acredito que a crise impulsiona a criatividade e o cenário trará boas oportunidades para trabalhar os segmentos de vida e residencial, que ainda tem um nível de contratação baixo, se comparado a outros países onde o mercado de seguros já é mais maduro. Essa também será uma boa oportunidade para os corretores apresentarem novos produtos.”

Gibran Marona, CEO da Tempo Assist:

“O ano de 2015 foi muito desafiador, em especial aos aspectos relacionados a degradação do ambiente econômico. Neste cenário, temos muito o que comemorar: terminaremos o ano com um crescimento de receitas próximo a 15%, fruto da conquista de novos contratos e do crescimento de carteira de muitos dos nossos clientes. O mercado segurador brasileiro mais uma vez demonstra toda a sua resiliência. No segmento de assistência emergencial, nós da Tempo USS, procuramos ser versáteis e fizemos investimentos significativos em tecnologia. Tivemos bastante sucesso na implantação de recursos que aumentaram a conectividade entre o usuário, a Tempo USS e os prestadores de serviços. Acreditamos estar preparados para caminhar junto com os nossos clientes diante dos desafios de 2016”.

José Otávio Sampaio, CEO da Willis Brasil:

“O ano de 2015 foi muito difícil para a economia em geral. Entretanto, esse momento econômico traz também uma oportunidade para empresas como a nossa, pois somos gerenciadores de crise, temos que estar acostumados a lidar com problemas e auxiliar nossos clientes a serem resilientes neste momento. Dentro do cenário, não temos uma perspectiva pessimista para o próximo ano. Vemos um movimento

crescente de companhias procurando se proteger de novos riscos e com isso, esperamos também conquistar um maior pedaço desse mercado.”

Francisco Caiuby Vidigal Filho, Presidente da Yasuda Marítima Seguros:

“A Yasuda Marítima vinha num processo de integração e adotou a estratégia de trabalhar para o incremento do Lucro Líquido, o que deve acontecer já em 2015. Investimos em tecnologia e equipe técnica, melhoramos processos e adequamos produtos às necessidades do mercado. Nosso desafio agora é reverter esse investimento em aumento de participação em áreas que consideramos estratégicas - como Grandes Riscos, Empresariais e outros -, além de conquistar market share com novos produtos que serão lançados já no primeiro semestre de 2016.”

Emanuel Baltis, CEO de Global Corporate para Zurich Brasil:

“A Zurich mantém um olhar otimista sobre o Brasil, um dos principais mercados globais da companhia que atua em mais de 170 países. Temos a clara visão de que o país tem condições consistentes para retomar o crescimento. O Brasil não é uma economia iniciante. A Zurich trabalha com visões de longo prazo para seus negócios, tendo consciência de que volatilidades acontecem em intervalos curtos. Temos alicerces bem estruturados no Brasil, onde somos mais de 70 anos de experiência. Nossa atuação tem enfoque nas necessidades dos clientes e visa atender às expectativas dos parceiros corretores, com portfólio suficientemente amplo para se adequar às variantes do mercado.”

Gabriel Portella, presidente da SulAmérica:

“A SulAmérica chega ao final de 2015 com muitas coisas boas para contar. Foi mais um ano de desafios e conquistas que só foram possíveis graças a uma estratégia empresarial executada com muita disciplina e aos permanentes investimentos que temos realizado nos últimos anos para garantir à SulAmérica desenvolvimento de pessoas, um elevado grau de automação e aprimoramento na prestação de nossos serviços. Estar preparada para cenários adversos é característica do nosso negócio, e nos permite aproveitar as oportunidades que o mercado segurado oferece. Em 2015 aceleramos!”



Em 2016, desejamos a você tudo o que conquistamos juntos em 2015: sucesso.

2015 FOI MAIS UM ANO DE CRESCIMENTO E DESENVOLVIMENTO DA QBE.

MANTIVEMOS A LIDERANÇA NO SEGMENTO DE VIAGEM, ATINGINDO 50% DE MARKET SHARE.

AMPLIAMOS NOSSO PORTFÓLIO COM O LANÇAMENTO DO FLEX SEGURO AUTO E DO SEGURO DE CRÉDITO, E INICIAMOS O PLANEJAMENTO PARA ENTRAR NO SEGMENTO DE LINHAS CORPORATIVAS.

O QBE MAX, SEGURO DESENVOLVIDO PARA PROTEGER MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS PESADOS, CONSTRUÍU NOVAS E IMPORTANTES PARCERIAS, CONSOLIDANDO SUA FORÇA E CONQUISTANDO DIVERSOS PRÊMIOS NA CATEGORIA.

GRAÇAS À SUA CONFIANÇA, DEDICAÇÃO E PARCERIA, TRABALHAMOS JUNTOS E CONSEGUIMOS TORNAR TUDO ISSO POSSÍVEL.

QUE EM 2016 ESSA PARCERIA SEJA NOVAMENTE UM CAMINHO SEGURO PARA O SUCESSO.



QBE

Made possible by

Grupo Bradesco Seguros: segurador oficial e patrocinador dos Jogos Rio 2016

A forte ligação do Grupo Bradesco Seguros com o movimento olímpico começou quando a Organização Bradesco abraçou a candidatura da cidade do Rio de Janeiro como sede do evento, em 2009. Naquele momento, a Organização marcou presença ao lado da torcida brasileira em torno de uma paixão, símbolo da união, da determinação, da superação e da conquista por meio do esporte. No ano seguinte, 2010, o Banco Bradesco e o Grupo Bradesco Seguros tornaram-se os primeiros patrocinadores oficiais dos Jogos Rio 2016, nas categorias “Serviços Financeiros” e “Seguros”, respectivamente, disponibilizando produtos e serviços ao Comitê Olímpico Brasileiro (COB) e à Equipe Olímpica. É também motivo de orgulho para o Grupo Bradesco Seguros ser a seguradora oficial do evento, tendo em vista o fato de o Rio de Janeiro ser o berço do mercado segurador brasileiro.

Ao final de 2011, o Grupo Bradesco Seguros apoiou o lançamento da logomarca dos Jogos Paralímpicos Rio 2016, ocorrido durante a inauguração da 16ª edição consecutiva da Árvore de Natal da Bradesco Seguros – terceiro maior evento turístico do Rio de Janeiro, após o Carnaval e Réveillon. Em 2013, o Grupo Segurador apresentou a exposição “Jogos Olímpicos: Esporte, Cultura e Arte”, realizada pela primeira vez no Brasil, nas cidades de São Paulo, Rio de Janeiro e Brasília, que mostrou parte significativa do acervo do Museu Olímpico de Lausanne, na Suíça. Já o primeiro evento-teste para os Jogos Rio 2016, a Regata Internacional de Vela, realizada na Baía de Guanabara, no Rio de Janeiro, em agosto de 2014, contou com o apoio do Grupo Bradesco Seguros, que disponibilizou serviço de ambulância e equipe médica para todos os competidores.

Campanha para os Jogos Rio 2016

Durante os Jogos Olímpicos e Paralímpicos, não é permitida a exposição de marcas nas arenas de competição. O Grupo Bradesco Seguros, no entanto, tem uma série de propriedades que permitem a associação de sua marca com os símbolos olímpicos em suas campanhas publicitárias e material de ponto de venda. Para isso, o



Grupo Bradesco Seguros está investindo em uma maciça campanha publicitária, criada pela AlmapBBDO, destacando a importância da preparação para o sucesso nos esportes e enfrentar os imprevistos da vida, em peças na televisão, nos anúncios impressos, no rádio e na internet.

Os comerciais “Basquete”, “Judô” e “Natação” marcam o posicionamento do Grupo Bradesco Seguros como segurador oficial dos Jogos Rio 2016. Os filmes recorrem a fatos cotidianos, com um toque de humor, para reforçar que é com a repetição nos treinos, assim como no dia a dia, que se alcança excelência e conquistas nos esportes e também na vida. Juntos, os três comerciais atingiram mais de 27,3 milhões visualizações no Facebook e no Youtube até o momento.

O filme “Basquete”, que estreou em 26 de julho, marca o retorno do cantor Sylvinho Blau Blau, que ganhou o apelido por ter feito sucesso com a música “Ursinho Blau Blau”, quando fazia parte da banda Absyntho, nos anos 1980. Duas semanas depois, foi lançado o filme “Judô” e, em 11 de novembro, “Natação”, o terceiro comercial da campanha e que conta com a presença da atriz Fiorella Mattheis. No término de cada filme, o locutor dá o mote da campanha



Um dos comerciais da Bradesco para os Jogos Rio 2016

na: “Porque, afinal, no esporte e na vida, a regra é a mesma: Preparação”. E completa: “Preparação. É melhor ter. E, com a Bradesco Seguros, você está sempre preparado”. Letreiros destacam cada um dos segmentos do Grupo Bradesco Seguros: Auto, Dental, Previdência, Saúde e Vida e os comerciais fecham com os logos de Bradesco Seguros e dos Jogos Rio 2016.

“Para obtermos êxito em tudo na vida a melhor estratégia é estarmos preparados. Este conceito é válido para os desafios do nosso dia a dia profissional, para os atletas que precisam treinar o máximo possível para obter bons resultados em competições, como os Jogos Olímpicos, e também para a vida, quando é imprescindível nos prepararmos para lidar com imprevistos”, diz Alexandre Nogueira, diretor da Bradesco Seguros.

Em 2010, ao lançar a campanha “Vai que...”, com a assinatura “Bradesco Seguros. É melhor ter.”, a marca atraiu a atenção dos brasileiros ao usar o bom humor para mostrar que uma empresa de seguros não pode evitar que imprevistos ocorram, mas que, se eles acontecerem, é importante contar com a marca Bradesco Seguros para proteger os bens materiais e o mais valioso deles, a vida, em diferentes situações de risco.

Os canais digitais do Grupo Bradesco Seguros também estão no clima olímpico. Foi lançada no Facebook a fanpage “Bradesco Seguros – Rumo aos Jogos Rio 2016”, que já conta com mais de 380 mil “curtidas”. A página, produzida pelo Esporte Interativo, apresenta conteúdo exclusivo sobre várias modalidades esportivas, destacando o perfil de atletas, curiosidades do esporte e as notícias mais recentes sobre os Jogos. Além de postagens nas redes sociais, o Grupo Bradesco Seguros disponibilizou em seu site uma ferramenta de contagem regressiva para os Jogos.

Demais ações

O patrocínio do Grupo Bradesco Seguros aos Jogos Olímpicos e Paralímpicos Rio 2016 vai ao encontro de sua estratégia de atuação, de investir em ações que sensibilizem a população sobre a importância da prática esportiva como um dos pilares para a conquista de uma vida longa, com saúde e bem-estar. Além disso, o patrocínio reforça a importância da parceria entre a iniciativa privada e o esporte brasileiro, uma paixão nacional que, acima de tudo, é uma poderosa ferramenta de inclusão social, de formação de caráter e que proporciona qualidade de vida. O Grupo Bradesco Seguros acredita que os Jogos Olímpicos e Paralímpicos são uma força do bem que une as pessoas por meio de um interesse comum em esportes e que esses eventos vão colaborar para o desenvolvimento econômico



Grupo Bradesco investe na importância da prática esportiva

e social do país, além de deixar uma contribuição permanente para o esporte brasileiro.

“Apoiamos os ideais dos Jogos Olímpicos e Paralímpicos e nos orgulhamos do nosso papel em ajudar a tornar os Jogos Rio 2016 uma experiência memorável para o País”, completa Alexandre Nogueira.

Entre essas iniciativas destacam-se o Circuito da Longevidade, o Tour do Rio, a CicloFaixa de Lazer São Paulo e diversos patrocínios e apoios para eventos envolvendo esporte, bicicleta, bem-estar e o debate sobre questões referentes a longevidade.

O Circuito da Longevidade, por exemplo, é uma das iniciativas mais emblemáticas. Em 2015, completa o oitavo ano consecutivo difundindo a importância do exercício físico para a conquista da longevidade com saúde, qualidade de vida e bem-estar, por meio de provas de corrida (6 km) e de caminhadas (3 km) em São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais, Rio Grande do Sul, Bahia, Goiás e Brasília. Desde a primeira edição, em 2007, o evento já marcou presença em 18 cidades, reunindo mais de 350 mil pessoas. O evento conta, também, com a presença da dupla de mascotes dos Jogos Olímpicos e Paralímpicos Rio 2016, Vinícius e Tom, além de Ginga, do Time Brasil, que dão as largadas da prova de corrida e da caminhada, além de interagir com os participantes.

A prova de corrida tem caráter competitivo, com participação de atletas de elite brasileiros e estrangeiros, além de amadores e iniciantes. Já a caminhada tem foco maior naqueles que não praticam exercício físico com regularidade, com a presença de pessoas de todas as faixas etárias, de crianças a idosos. O objetivo é estimular os que caminharam para que, em uma próxima oportunidade, possam participar correndo. Os mais longevos têm destaque especial. Eles são homenageados, no pódio, com troféus e medalhas. Com essa ação, o Grupo Bradesco Seguros dá visibilidade aos longevos que, por meio do exercício físico, conquistaram uma vida saudável. O Circuito da Longevidade conta também com a participação de portadores de necessidades especiais que, com frequência, marcam presença nas pistas. A eles, é reservada uma largada diferenciada, que acontece antes da oficial.

As gerações e seus hábitos com a saúde

SulAmérica lança o V Estudo Saúde Ativa - Gerações: “Da geração Z aos baby boomers. Será que somos tão diferentes nos hábitos e cuidados com a saúde?”



Por Aurora Ayres

Silenciosa e virtual; individualista e competitiva; estável e equilibrada ou geração da era “paz e amor”? Qualquer que seja a geração correspondente à idade de qualquer pessoa, pesquisas indicam que essas descrições de gerações não pretendem criar estereótipos, mas destacar algumas características que possam auxiliar na identificação de um segmento da população. Inédito, o “V Estudo Saúde Ativa SulAmérica”, foi lançado recentemente e apresentado para a imprensa no dia 11 de novembro por executivos da Companhia.

O objetivo da pesquisa foi traçar o perfil de saúde das gerações Z (até 23 anos de idade), Y (de 24 a 37 anos),

X (de 38 a 49 anos) e Baby Boomers (de 50 a 68 anos) e identificar os principais comportamentos, comuns ou não, de uma população segurada. Foram analisados 43.641 questionários respondidos por uma amostra distribuída em 262 empresas clientes da SulAmérica Saúde em 13 capitais do país, entre 2010 e 2013.

Maurício Lopes, vice-presidente de Saúde e Odonto da SulAmérica destaca que Saúde Ativa é um programa de incentivo à saúde e ao bem-estar, lançado em 2002. “Este é um projeto pioneiro. Acreditamos que não haverá sustentabilidade no mercado, se não abraçarmos esta bandeira. É um processo mutualista: melhor qualidade de vida implica em menos gasto assistencial”, salienta. Na oca-

sião, a psicóloga e especialista no relacionamento entre gerações Rosely Sayão, comentou pontos curiosos sobre as diferenças entre as gerações.



Maurício Lopes, vice-presidente de Saúde e Odonto da SulAmérica

2600

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

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

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

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



iSeg : A Maneira Inteligente de Vender Mais!





Rosely Sayão, psicóloga

Em sua visão, uma pessoa pode ter comportamentos de um ou mais grupos divididos por idades. “Qualquer pessoa, de qualquer idade pode estar inserida em qualquer grupo. Tudo depende da maneira e anseio de se colocar diante da vida”, analisa. Para ela, hoje a vida é ‘olhada’ sob a ótica médica, pois “alguém tem que resolver a minha saúde”. “A condição humana hoje exige medicação. Estamos repetindo modelos antigos e não sabemos olhar para o futuro”, acentua.

Mundo moderno

Segundo a Organização Mundial da Saúde (OMS), o estresse afeta mais de 90% da população mundial, por isso é considerado uma epidemia global, podendo desencadear doenças como hipertensão, úlcera gástrica, doenças de pele e ansiedade. Além disso, pode tornar-se uma porta de entrada para o surgimento de um quadro depressivo, apontam especialistas. No Brasil, cerca de 22 mil pessoas passaram a receber auxílio-doença, só em 2014, por conta do transtorno depressivo recorrente, segundo levantamento do Ministério da Previdência Social.

A pesquisa da SulAmérica aponta que a Geração Y é a mais estressada e

em segundo lugar, vem a Geração Z. Mais de 12% da Geração Y afirmou atuar no setor financeiro. Em estudo anterior, lançado pela companhia, o sedentarismo é predominante no setor financeiro (61,4%), seguido pelo estresse (27,9%) o que, para um público predominantemente jovem, passa a ser um alerta.

“O estresse é um fenômeno comum no mundo moderno. Trata-se de uma resposta que o organismo desenvolve quando tem de se adaptar a uma situação de pressão para o qual o indivíduo não está preparado. Esquecimento, desgaste, cansaço e irritação são alguns dos sinais mais recorrentes, que podem evoluir para doenças mais sérias como asma, enfermidades dermatológicas, alérgicas e imunológicas, gastrites, depressão e, principalmente, doenças cardiovasculares”, ressalta Gentil Alves, médico pós-graduado em pediatria e terapia intensiva pediátrica, superintendente de Gestão de Saúde Populacional da SulAmérica.

Sedentarismo x Estresse x Excesso de peso

O estresse pode ser ainda mais prejudicial à saúde quando acompanhado de outros fatores de risco, como o excesso de peso (considerado no Estudo como a soma dos casos de sobrepeso e obesidade) e o



Gentil Alves, superintendente de Gestão de Saúde Populacional da SulAmérica.

sedentarismo. Esta relação também é observada no levantamento da SulAmérica, onde as Gerações X e Y são as mais impactadas, com índices que ultrapassam 13%.

A inferência mais imediata é que se trata de gerações que estão mais ativas no mercado de trabalho e que buscam o equilíbrio entre a vida pessoal e o aspecto profissional. Na maioria dos casos, esses grupos passam horas se dedicando à carreira e compromissos sociais, o que dificulta a inclusão de atividades físicas na rotina e abre espaço para refeições mais rápidas (fast food). Por outro lado, a tríade “Sedentarismo+Estresse+Excesso de Peso” tem os menores índices registrados nas Gerações Baby Boomers e Z, com 10,9% e 7,7%, respectivamente.



“3,2 milhões de pessoas no mundo morrem em decorrência do sedentarismo (OMS)”

Acesse nosso portal

De cara nova
agora mais rápido, dinâmico
e interativo!

www.planetaseguro.com.br

PLANETA SEGURO

SEGUROS PARA EMPRESAS.
PESSOAS E FAMILÍAS

seguro com a

INÍCIO REVISTA NOTÍCIAS PRÊMIO STTV COLABORADORES ENTIDADES EVENTOS ANUNCIE CONTATO

Destaque

Clipping

Nome

E-mail

Publicidade

Últimas Notícias

- 04/12/2015 - Mais de 100 mil pessoas de 20 países foram beneficiadas pelo voluntári...
- 04/12/2015 - Tokyo Marine promoveu sessas do discursos em dezembro
- 04/12/2015 - Lounge Bom Te Ver Bom da Yasuda Marítima, criado pela RMA
- 04/12/2015 - Allianz abre unidade em Campo Grande
- 04/12/2015 - Fobon Caminhões fecha parceria com a Liberty Seguros
- 04/12/2015 - MAPFRE Assistance incentiva as vendas do SEGUROVAJE com riva

Agenda

- Prêmio Antonio Carlos Almeida Graça

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



Acesse também: www.revistasegurototal.com.br

Os integrantes da Baby Boomers e da Z são os mais ativos fisicamente e afirmaram se exercitar, no mínimo, duas vezes por semana. A partir dessas análises, é possível inferir que os BBs - portadores, em muitos casos, de patologias crônicas-, são mais sensibilizados sobre a importância da adoção de estilo de vida mais saudável e, conseqüentemente, praticam exercícios mais regularmente.

Apesar desses dados, todas as gerações pesquisadas apresentaram elevados índices de sedentarismo, entre 58,7% e 63,9%. Mais de 63% dos participantes da Geração X informaram que não praticam atividade física ou se exercitam eventualmente, seguidos das Gerações Y (60,6%), Baby Boomers (59,6%) e Z (58,7%). Isto é, de todo o universo avaliado, os adultos de 38 a 49 anos são os mais sedentários.

Tabagismo e Consumo de álcool

A pesquisa demonstra que a queda no consumo de cigarro é bastante significativa entre as gerações e as avaliações nas diferentes faixas etárias demonstram que há redução do consumo de álcool de geração a geração.

Quanto ao tabagismo, a população mais jovem tem mais consciência

em relação aos danos que o cigarro pode causar à saúde. Na Geração Z, por exemplo, 86% das pessoas afirmaram nunca ter fumado, enquanto mais da metade dos entrevistados da Geração Baby Boomers informaram já ter tido contato com o cigarro.

Os índices também são expressivos quando avaliados os ex-fumantes. Entre os BBs participantes do estudo da companhia, 35,6% fumaram e largaram o cigarro. Nas demais gerações, o consumo caiu também com os seguintes percentuais: Geração X (18,2%), Geração Y (11,9%) e Geração Z (6,8%).

Segundo o estudo, 51,6% das pessoas pesquisadas pertencentes à Geração Z informaram que não têm o hábito de beber. Porém, o recente estudo da SulAmérica mostra aumento no consumo de álcool acima do limite entre os mais jovens. Enquanto 2,9% do universo avaliado afirmaram abusar da bebida nas Gerações X e Y, este percentual sobe para 3,5% na Z. O grupo com idade mais avançada, Baby Boomers, também apresentou índice elevado de consumo acima do limite, ficando em 3,9%.

Doenças

O recente estudo da SulAmérica também avaliou os índices e ocorrências de diabetes, colesterol, hi-



OMS estima que, ano a ano, cerca de 7 milhões morrem por consequência da pressão arterial elevada

pertensão e dados referentes à massa corpórea (IMC). Importante observar que em todas essas variáveis há diferença entre a informação relatada e a encontrada nas aferições. Entre os Baby Boomers, 8,2% declararam ter diabetes, porém 12,9% já apresentavam índices de glicemia acima do tolerado. Na Geração X essa diferença é ainda maior, já que apenas 2% tinham conhecimento da diabetes, quando na verdade 6,3% apresentaram sintomas da doença. Pouquíssimas pessoas das Gerações Y e Z sabiam já ter diabetes.

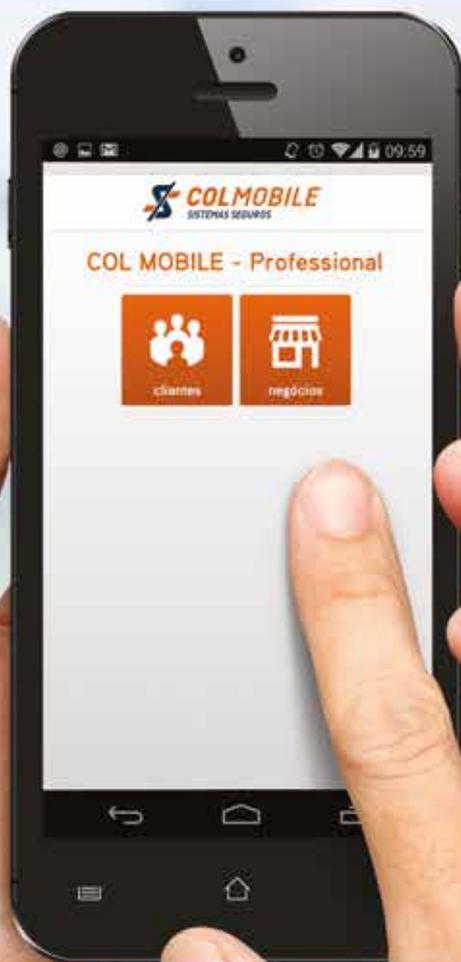
O Estudo Saúde Ativa aponta que o índice de pessoas com colesterol considerado alto é muito próximo entre as Gerações Baby Boomers e X, sendo que 15,9% da primeira geração têm colesterol alto contra 13% da segunda. Na Geração Y, 8% encontram-se nesse estado e, na Z, esse percentual é de 4,7%. Em relação às doenças mencionadas pelos participantes do Programa Saúde Ativa, a hipertensão liderou os relatos. A Baby Boomers é a Geração mais afetada pela pressão elevada (30,1%), seguida pelas X, Y e Z, com 11,8%, 3,3% e 0,9%, respectivamente. Nota-se também uma significativa elevação da taxa de hipertensos entre as Gerações X e Baby Boomers, em fato esperado devido ao avanço da idade, porém que chama a atenção.



OMS considera aceitável uma média 14 unidades de bebida alcoólica/semana para as mulheres e 21 para os homens

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**.

actwork



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.



**SISTEMAS
SEGUROS**

Av. Angélica, 927 • 4º, 5º e 6º andar
Santa Cecília • São Paulo
Tel: 11 3664.2040



Saúde & Sustentabilidade

1º Fórum de Saúde Suplementar reúne representantes do setor para debater e apontar soluções práticas para aperfeiçoar modelos de atenção à saúde

O crescimento das despesas assistenciais, hoje na casa de 15% ao ano (dados de junho deste ano), está bem acima da inflação geral de preços; o aumento do desequilíbrio entre receitas e despesas dos planos e o momento econômico adverso são apenas alguns pontos críticos que vêm preocupando as operadoras de saúde e que demandam reflexões urgentes, conforme ressaltou Marcio Coriolano, presidente da FenaSaúde durante o 1º Fórum de Saúde Suplementar, que reuniu especialistas nacionais e internacionais para debater os principais desafios e oportunidades do setor, aconteceu nos dias 24 e 25 de novembro em São Paulo.

O tema 'Sobrevivência do Setor de Saúde Suplementar – Propostas, Metas e Responsabilidades' fomentou um intenso debate sobre as políticas de saúde e as relações socioeconômicas. Promovido pela Federação Nacional de Saúde Suplementar (FenaSaúde), o encontro também foi a abertura para a criação de uma agenda conjunta para todo o segmento de Saúde Suplementar, consolidando propostas, metas e compromissos para assegurar sua sustentabilidade.

De acordo com Coriolano, essas questões podem pro-

vocar a elevação do desemprego e pressionar o setor – só neste ano, a Saúde Suplementar perdeu 240 mil beneficiários. “Neste fórum, nossa expectativa é exatamente debater e apontar soluções práticas para aperfeiçoar modelos de atenção à saúde e mesmo o que for possível no marco legal. Sabemos que a factibilidade de qualquer proposta, contudo, dependerá não apenas das associadas à FenaSaúde e do Governo, mas do engajamento de toda sociedade”, destacou.



Marcio Coriolano levanta questões relevantes durante o fórum

Reformas são necessárias

O painel de abertura do Fórum contou com a participação de Ezekiel Emmanuel, presidente do Departamento de Ética Médica e Políticas de Saúde da Universidade da Pensilvânia (EUA), que foi conselheiro de Barack Obama na formulação do Affordable Care Act (ACA). Em sua palestra, Emmanuel apresentou o ACA, mais conhecido como Obamacare, o modelo assistencial na área de saúde adotado pelo governo norte-americano nos últimos anos.

Das dificuldades e negociações políticas para sua aprovação no Congresso aos primeiros resultados positivos do Obamacare, Emmanuel fez uma retrospectiva da implementação do ACA nos Estados Unidos. Apesar das grandes diferenças entre os sistemas de saúde brasileiro e norte-americano, ele deixou como mensagem algo que é válido para qualquer país ou circunstância: apenas com a participação de toda sociedade, o que inclui a população, operadores de saúde e governo, entre outros, é possível chegar a um modelo sustentável que beneficie todos.

David Newman diretor-executivo do Health Care Cost



Da esq. para a direita: Sandro Leal, da FenaSaúde; David Newman, do Health Care Cost Institute e Martha Oliveira, da ANS

Institute (HCCI), mostrou como a informação e, acima de tudo, a transparência de dados levam ao empoderamento dos beneficiários de planos na relação de consumo dos serviços de saúde. Em sua palestra, abordou a plataforma Guroo.com, criada pelo HCCI, que apresenta aos usuários valores máximo, mínimo e médio dos principais procedimentos médicos nos Estados Unidos. “Após o Obamacare, os consu-

O 1º Fórum da Saúde Suplementar estabeleceu uma agenda para a transformação positiva do setor no Brasil. As propostas visam à conquista de mais equilíbrio e garantia de sustentabilidade para a Saúde Suplementar, envolvendo todos os entes da cadeia, como as operadoras de planos de saúde, os prestadores de serviços, os órgãos reguladores, o Governo, a sociedade, e beneficiando, principalmente, os consumidores de planos de saúde.

Ações propostas pela FenaSaúde:

Informação como Agente de Mudança

- Reforçar sistemas de apoio à divulgação de informações de custos e preços dos serviços assistenciais, de forma a ter informação rigorosamente técnica, confiável, auditada, comparável e clara para o entendimento e uso dos consumidores;
- Apurar indicadores de tempo médio de internação hospitalar e reinternação (readmissão em 30 dias por qualquer causa) como primeiras *proxys* para avaliar qualidade do atendimento;
- Apoiar a disponibilização do CID de forma a melhor conhecer o perfil da população da Saúde Suplementar;
- Apoiar o uso de ferramentas de *analytics* e *big data* para estudos epidemiológicos, preditivos e de gerenciamento de crônicos.

Organização da Assistência e Remuneração

- Reformular o modelo de assistência à Saúde Suplementar;
- Desenvolver modelo de assistência à Saúde Suplementar, com foco na atenção integrada aos idosos portadores de doenças crônicas, em que o cuidado seja coordenado e organizado hierarquicamente;
- Avaliar a viabilidade das operadoras integrarem e compartilharem a rede assistencial para idosos, iniciando com projeto piloto em Copacabana;
- Desenvolver infraestrutura de apoio ao controle de acesso, a fim de evitar o absenteísmo e o desperdício;
- Adoção de novas formas de remuneração, que alinhem incentivos financeiros com as melhores práticas.

Preservando o Acesso e Diversidade de Produtos

- Desenvolver incentivos que estimulem o uso adequado dos planos, gerando, para o beneficiário, interesse na gestão de saúde e finanças pessoais;
- Viabilizar novos produtos adaptáveis à situação brasileira e que possibilitem um maior leque de escolhas para as pessoas e empresas:
- Produtos com franquias;
- VGBL saúde e oferecimento de produtos com acumulação; Oferecimentos de produtos regionalizados compatíveis com as redes existentes;
- Parcerias Público-Privadas: central de compras, avaliação de tecnologias, conscientização e promoção da saúde.

midores realmente querem adquirir qualidade. Para atender a esse desejo, a informação sobre preços e o real valor dos serviços é fundamental”, comentou. “Neste sentido, a transparência é muito importante. Só assim, a população vai realmente se engajar em torno do novo modelo de saúde que o Obamacare representa”, completou.

Em sua explanação, Jay J. Cohen, detalhou um dos mais novos modelos de assistência à saúde nos Estados Unidos: as Accountable Care Organizations (ACOs). Nele, um novo paradigma em termos de remuneração dos prestadores de serviços – baseado no pagamento a partir da qualidade, em vez do volume, como ocorre no Brasil – tem proporcionado significativa queda nos custos das organizações, bem como elevação da satisfação dos consumidores. “Essa mudança de visão leva ao aumento da qualidade e reduz custos. Agora, o médico tem papel fundamental em todo esse processo. Não são apenas os incentivos oferecidos a eles que os fazem se engajar com os ACOs. Trata-se, de fato, de uma mudança cultural. Ele precisa se dar conta de que esse novo modelo de remuneração também é bom para ele”, afirmou.

Novos produtos

Os planos de saúde são parte importante nas estratégias das empresas para reter e engajar mão de obra. Assim ressaltou José Pastore, presidente do Conselho de Emprego e Relações de Trabalho da FecomercioSP. Ele destacou, contudo, que esse custo cresceu bastante nos últimos anos, muito por

conta da escalada de preços no setor, o que impacta o caixa das organizações.

“Saúde é muito importante, e as empresas sabem disso. Ao mesmo tempo, seu custo é alto. Dados mostram que, hoje, os planos de saúde ofertados aos funcionários representam 12% dos gastos com folha de pagamento. É de longe o benefício mais caro”, afirmou.

Líder de Saúde e Benefícios em Grupo da consultoria Towers Watson, Cesar Lopes apresentou dados de pesquisas feitas pela empresa, além de soluções já empregadas em países com características similares ao Brasil. O executivo, no entanto, abriu sua palestra com uma dura constatação: “Infelizmente, a eliminação do benefício da saúde é pauta nas empresas”.

Para Lopes, produtos já usados em outros países podem ser implementados no Brasil com sucesso. “É preciso pensar em formas de divisão para o pagamento do plano, como a co-participação e a franquia”, comentou. Ele vê com bons olhos o modelo, apesar de ainda não haver regulação para tal.

Diretor da Bradesco Saúde, Flavio Bitter abordou o VGBL Saúde, produto que depende de aprovação no Congresso Nacional. No modelo, o beneficiário é estimulado a participar mais das decisões relacionadas à saúde, já que contribui com uma espécie de poupança para ajudar a custear seu plano no futuro, após a aposentadoria. “É muito interessante. Além de trazer economia para o consumidor, permite que ele faça um investimento, auxiliando-o a arcar com as despesas médicas que podem ocorrer na franquia”, afirmou.

Os custos com saúde estão crescendo em todo o mundo

1º FÓRUM
DA SAÚDE SUPLEMENTAR

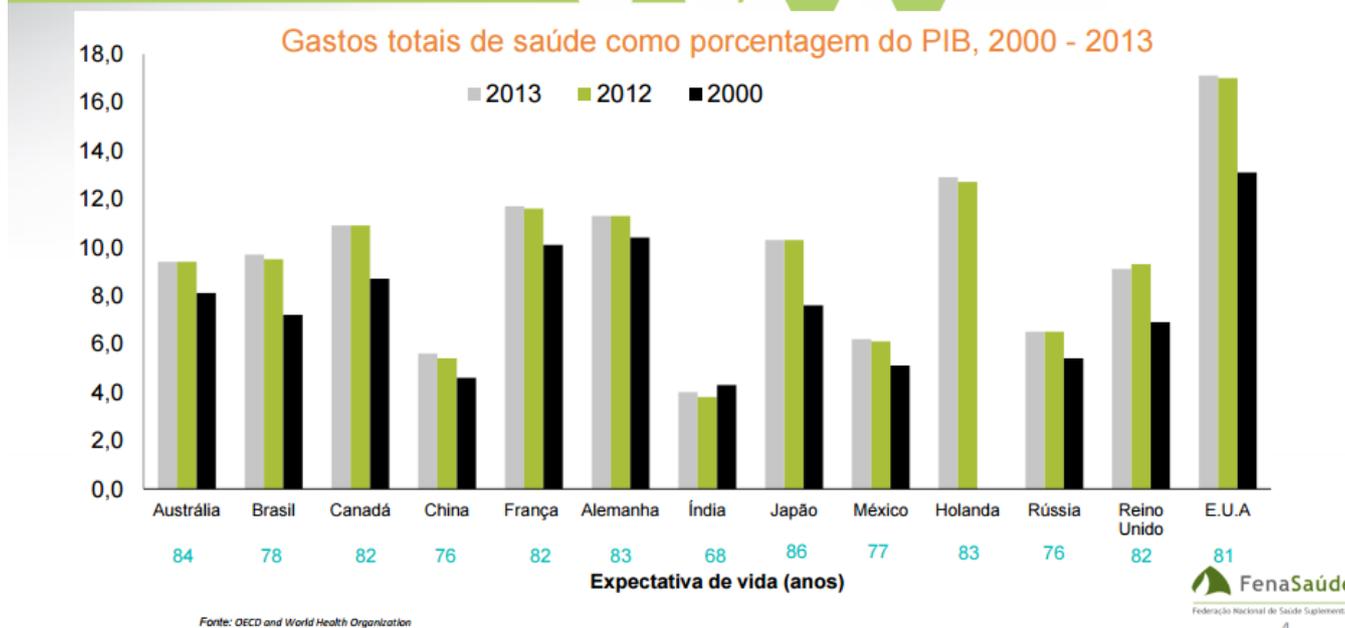


Gráfico apresentado por Cesar Lopes detalha situação mundial

CORRETORES: EMPREENDEDORES DE SUCESSO

Em 2015, o brasileiro começou a vivenciar significativas mudanças e transformações em seu dia a dia. A indústria de seguros, porém, vem na contramão desse cenário incerto, destacando-se em posição privilegiada, se comparado a outros setores da sociedade. 2016 promete ser um ano desafiador ao setor, com expectativas positivas dos profissionais de seguros, merecedores de nossa admiração! Por isso, é com grande satisfação que a revista SEGURO TOTAL.

O PORTAL PLANETA SEGURO, o CLIPPING SEGTOTAL, as SEGURADORAS e nossos PARCEIROS parabenizam os Corretores de Seguros e desejam BOAS FESTAS e um ANO NOVO repleto de conquistas e sucesso!





Mapfre

O espanhol Enrique de la Torre é o novo diretor geral de seguros de Pessoas do Grupo BB e Mapfre. No comando da Diretoria Geral de Riscos de Pessoas, De la Torre possui grande experiência no ramo Vida pela Mapfre Espanha, onde atuou por 20 anos. É formado em Ciências Econômicas e Empresariais com ênfase em Finanças pela Universidade Autônoma de Madri.

Zurich

Emanuel Baltis foi nomeado CEO de Global Corporate para o Brasil. Também presidente da Câmara de Comércio Suíço-Brasileira, o executivo atua na Zurich desde 1996 e desde outubro de 2010 é Regional Head of Customer Distribution and Marketing. A mudança no quadro responde à maior autonomia que a companhia concede à área Global Corporate no Brasil.



Mongeral Aegon e ADVB

Waldemir Caputo, diretor da Mongeral Aegon assumiu a vice-presidência da Associação dos Dirigentes de Vendas e Marketing do Brasil (ADVB). No mesmo pleito, Latif Abrão Jr. foi eleito diretor presidente e Flavio Correa como presidente do conselho.

Tempo USS

Com a experiência de 18 anos no comando de equipes de Gente e Gestão, o engenheiro Mario Lopes Vasconcelos Junior é o novo reforço da Tempo USS. Ele assume a posição de diretor de Gente & Gestão. É formado pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC-MG).



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



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.

Se a vida pedir, assine embaixo.

Chegou Omint Seguros. Depois de se consolidar como uma das mais bem-sucedidas empresas de planos de saúde do Brasil, a Omint passa agora a atuar também no mercado de seguro de pessoas. A qualidade reconhecida nos planos de saúde agora está disponível também no seguro de vida em grupo. Com processo de implantação rápido e eficiente, excelência de atendimento e um portfólio de produtos com opções que vão das clássicas até as mais sofisticadas e com altos capitais segurados, a Omint Seguros atende a diversos perfis de empresas, com soluções sob medida. Oferecer Omint Seguros é cuidar dos seus clientes e dos seus resultados.

Faça uma cotação.

Acesse omint.com.br/seguros ou ligue **0800 726 4114** para saber mais.

OMINT | VIDA EM GRUPO
SEGUROS

IX. CLÁUSULA NONA:

GERAR VALOR PARA MEUS CLIENTES E SEUS COLABORADORES.