

REVISTA


SEGURO TOTAL

Ano VI
Nº 59 2006
R\$ 10,00

Serasa:
gestão inovadora,
benchmarking nacional

Especial
Capitalização
Resseguros
Seguro Ambiental

Elcio Anibal de Lucca, presidente da empresa



**Parceria é isso:
a Sul América oferece sua
tradição, inovação e know how para
sua empresa alavancar vendas,
aumentar receita e fidelizar clientes.**

A Sul América cria produtos personalizados para atender especialmente os projetos promocionais da sua empresa.

São produtos para você oferecer a seus parceiros, clientes ou funcionários a possibilidade de concorrerem a prêmios em dinheiro ou mercadorias.

Seu projeto vai atingir os melhores resultados com:

- flexibilidade quanto a prazos, resgate, sorteios e quantidade de contemplados.
- mecanismo próprio de premiação.
- agilidade na implantação.

Com os **Titulos de Capitalização da Sul América**, você alavanca suas vendas, fideliza clientes e valoriza seu produto ou serviço.

www.sulacap.com.br

Para mais informações:

(21) 3213-6311

mauricio.guarelli@grupo.sulamerica.com.br



SUL AMÉRICA
CAPITALIZAÇÃO
TRADIÇÃO EM INOVAR

Edição Nº 59 - Ano VI

Editor

José Francisco Filho - MTb 33.063

Jornalista Responsável

Leonardo Pessoa - MTb 36.497

leonardo@revistasegurototal.com.br

Diretor de Marketing

André Pena

andre@revistasegurototal.com.br

Diretor Comercial

José Francisco Filho

francisco@revistasegurototal.com.br

Redação

Aline Brandi

aline@revistasegurototal.com.br

Leonardo Pessoa

Comercial

Daniel Midlej

danielm@revistasegurototal.com.br

Designer Gráfico

Cleber Fabiano Francisco

Webdesigner

Daniel Calissi Nakatate

daniel@revistasegurototal.com.br

Foto da Capa:

Fábio Moreira Salles

Periodicidade: mensal

Edição Final

Publiseg Editora Ltda.

Redação, administração e publicidade

Rua José Maria Lisboa, 593 - conj. 5

CEP 01423-000 - São Paulo - SP

Tels/Fax: (11) 3884-5966 / 3889-0905

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

DISTRIBUIÇÃO NACIONAL

Sudeste 60%

Sul 20%

Norte/Nordeste 15%

Centro-Oeste 5%

www.revistasegurototal.com.br

seguro-total@uol.com.br

**Vem aí
Planeta Seguro**

Caro leitor,

Vivenciamos novamente o desânimo do mercado segurador com a demora na avaliação do projeto de lei que abre o mercado de resseguros no Brasil. Mesmo assim, trazemos uma grande matéria apresentando a opinião de algumas resseguradoras que se mostram totalmente preparadas para a eventual mudança. A Transamerica Re, por exemplo, anuncia novos investimentos este ano no País. Em entrevista exclusiva para a **Revista Seguro Total**, o diretor-gerente da Região América Latina da companhia, Rodolfo Wehrhahn, fala sobre o assunto.

Também mostramos como a Serasa se transformou numa potência nacional nos últimos 15 anos. Seu presidente dedicou uma hora de seu trabalho para nos revelar detalhes da sua premiada gestão.

O mercado de capitalização que sofrerá mudanças com a segmentação e o Seguro Ambiental, ganhando mais espaço no Brasil, ganham destaque nesta edição.

Boa leitura!

Sumário

REGISTRO

Carglass fecha parceria com Bruno Senna 08

ESPECIAL

Capitalização 10

Resseguros 18

Serviços 29

Seguro Ambiental..... 32

SEGURANÇA DIGITAL

Aplicações e novidades em Certificação Digital..... 34

ARTIGO

Bendito Vírus, por Luiz Marins 38



Capa

Serasa:
gestão inovadora,
benchmarking nacional

Páginas 26,27 e 28

STJ decidirá sobre Seguro contra acidentes em eventos e casas de espetáculo

O Seguro de Responsabilidade Civil para proteger o público em eventos e casas de espetáculos, estádios de futebol e circos, tornado obrigatório na lei, sancionada em dezembro de 2002, pelo projeto do deputado estadual José Carlos Stangarlini (PSDB) **(foto)**, encontra um obstáculo para entrar em vigor. Barrado pelo governo paulista, por meio de uma Ação Direta de Inconstitucionalidade (ADIN), que considera assuntos relacionados a seguros da esfera federal, o Seguro con-

ta com o apoio do parlamento estadual, que passou a polêmica discussão ao Supremo Tribunal Federal (STF), na figura do Ministro Sepúlveda Pertence. A expectativa, segundo Stangarlini, é de que o órgão entenda a importância desse tipo de cobertura para grandes eventos, até pelos atuais acontecimentos ocorridos como em fevereiro, durante show de uma banda no Shopping Fiesta, em São Paulo. Durante o evento, três pessoas morreram e 40 ficaram feridas.



Consultoria sugere novo formato para DPVAT

“O modelo ideal do DPVAT para o Brasil deve combinar o seguro obrigatório com o facultativo”, afirma o consultor da empresa, Paulo Eduardo de Freitas Botti. Segundo a G5 Solutions, que cruzou informações e definiu a alternativa, o seguro obrigatório seria mais abrangente – com cobertura de danos pessoais e materiais a terceiros e com

indenizações compatíveis com o nosso mercado – e passaria a ser vendido pelos corretores de seguros e disponibilizado nas companhias de seguros, que também poderão oferecer coberturas adicionais caso o cliente queira. “Com isso, o seguro do carro (com as coberturas obrigatórias e as facultativas tradicionais de casco e RC Facultativo) ficaria

no mínimo 25% mais barato, mantendo o repasse para o SUS e outras instituições”, ressalta Botti. Calcula-se que o novo produto tem capacidade para atrair 30 milhões de segurados – incremento de 270% - o que causaria um aumento de R\$ 3,8 bilhões na receita das seguradoras do ramo Auto – crescimento de 35% sobre o registrado em 2005.

Royal & SunAlliance: novo produto

Embalada pela explosão do comércio exterior brasileiro, a Royal & SunAlliance aposta todas as fichas no sucesso do seguro que desenvolveu especificamente para cobrir o transporte de mercadorias exportadas. O produto conta com uma série de facilidades, como a contratação, que é totalmente online, já com o cálculo e a emissão de certificado de exportação. O sistema faz o levantamento de informações no Siscomex, Sistema Integrado de Comércio

Exterior, além de gerar relatórios e gráficos gerenciais das operações realizadas. A Royal & SunAlliance Seguros oferece pacotes com cobertura para operações de Seguros de Transportes Nacionais e Internacionais (Importação e Exportação). As apólices cobrem a carga desde a origem até o destino final, com coberturas que incluem, além do valor das mercadorias transportadas, o frete, as despesas diversas, lucros esperados e os impostos.

Carros usados

Segundo a Agência Brasil, os usuários de veículos usados poderão ter um seguro mais barato. Chamada de seguro popular, a nova modalidade de apólice deve cobrir as despesas com danos causados a terceiros e perda total do veículo segurado. A proposta é da Superintendência de Seguros Privados (Susep), do Ministério da Fazenda, e ainda está em fase de elaboração. De acordo com ele, a mudança reduzirá em cerca de metade o valor do seguro.

Insight. É mais que conhecimento. É mais que experiência. É uma perspectiva única alcançada através do trabalho de parceria com centenas de empresas de seguros, há mais de três décadas. Tudo isso é o que possibilita a Transamerica Reinsurance prover continuamente soluções eficazes.

THE POWER OF
INSIGHT
CONHECIMENTO. EXPERIÊNCIA. DESEMPENHO.

 **TRANSAMERICA**
RE CONSULTORIA EM SEGUROS E SERVIÇOS LTDA

www.TransamericaReinsurance.com.br

Transamerica Reinsurance é uma
divisão da Transamerica Occidental
Life Insurance Company

Membro do Grupo AIGON

São Paulo
Av. Brigadeiro Faria Lima 1181 1720
1º andar Sala 404
04538-904 São Paulo - SP - Brasil
Tel. (11) 3133-9220

Rio de Janeiro
Centro Empresarial Moinhos
Praça do Artista 100
Barr. Cosmópolis 2 andar Sala 204
22250-040 Rio de Janeiro - RJ - Brasil
Tel. (21) 2148-9892

Brasilprev registra aumento dos planos corporativos

O segmento Empresarial foi o grande destaque de 2005 para a Brasilprev. A arrecadação dos planos corporativos cresceu 26,34% em relação a 2004, somando R\$ 301,8 milhões em 2005. Esse segmento, que vem crescendo gradualmente, atingiu no ano passado 14,57% de representatividade na arrecadação total da empresa. Já os Planos Individuais representam a maior fatia da arrecadação total da Brasilprev – 85,43% em 2005 –, responsáveis por um montante arrecada-



do de R\$ 1,77 bilhão. O presidente da Brasilprev, Eduardo Bom Ângelo (foto), disse que para se adaptar à nova realidade de mercado – que passou por transformações com a Lei 11.053, a empresa atuou rapidamente no treinamento da força de vendas junto ao Banco do Brasil e optou por investir em comunicação com todos os seus clientes. A Brasilprev obteve a menor relação resgates-reservas do mercado, com 0,9% – enquanto a média de mercado foi de 1,4%, segundo dados da Associação Nacional de Previdência Privada (Anapp). Foto BP-EBA

São Paulo aumenta participação na receita nacional

Levantamento feito pela Fenaseg mostra que o estado de São Paulo se manteve na liderança nacional, aumentando sua fatia no faturamento total do mercado segurador de 51,6% para 52,1% entre janeiro e dezembro. Em seguida, o Rio de Janeiro aparece com

13,2% de participação e Minas com 6,2%. Os três estados juntos geraram o equivalente a 71,4% da receita de prêmios global do setor em 2005. O Rio Grande do Sul manteve a quarta colocação (5,5%), concorrendo com o Paraná (que passou de 4,5 para 5%).

Seguro para a Volvo reforça estratégia da Chubb Seguros

A Chubb Seguros será a seguradora responsável pelo seguro de transportes da Volvo. A apólice inclui cobertura de perdas e danos de causa externa inclusive roubo para os percursos marítimos, terrestres, aéreos. “A parceria com a Volvo é muito importante, porque trata-se de um segurado diferenciado no mercado por sua cultura em gerenciamento e controle de exposição de risco. Além disso, a conquista desta conta reforça a estratégia da Chubb em expandir sua atuação na região Sul em 2006”, diz Paulo Alves, gerente comercial de transportes da seguradora. Este ano, a companhia projeta crescimento de 32% para a área de Transportes. Para sustentar tal meta a idéia é fortalecer ainda mais a parceria com os corretores, focando nos seguros de transportes de embarcadores nacionais e transportadores, além dos seguros de transporte internacional tradicional em nosso portfólio.

Mudança de direção

Edson Lobo (foto) assumirá o cargo de superintendente de Operações da Aon Affinity do Brasil, empresa que responde pelo segmento de afinidades da Aon Corporation. Segundo a companhia, o executivo será responsável pela reestruturação da área de serviços, com objetivo de sustentar a estimativa de crescimento da companhia para 2006 de 40%, movimentando R\$ 280 milhões em prêmios até o final deste ano.

De acordo com a assessoria de imprensa da companhia, em 2005 a empresa faturou R\$ 200 milhões em prêmios. As projeções para 2006 também são arrojadas – a empresa prevê crescer 40%. “A meta é ter um crescimento sustentado e atingir R\$ 280 milhões em prêmios até o final deste ano”, acredita Macedo.



Teletrim Monitoramento.
A marca da tranquilidade.



A Teletrim tem presença marcante no mercado desde 1992. Durante este período sempre se destacou pela qualidade que oferece em produtos e serviços. Por isso, na hora de recomendar o melhor sistema de bloqueio, localização e rastreamento de veículos, recomende Teletrim e fique tranquilo. A qualidade faz a diferença.

CORRETOR PARCEIRO - CADASTRE-SE!
www.teletrim.com.br/corretores



Marca de qualidade na proteção de veículos

Carglass acelera com Bruno Senna na Fórmula 3 Inglesa

Parceria com o piloto brasileiro leva o nome da multinacional às pistas do automobilismo

Por Leonardo Pessoa

Carregando um sobrenome sinônimo de velocidade, vitórias e responsabilidade social, o piloto brasileiro Bruno Senna chegou à Fórmula 3 Inglesa há pouco mais de um ano prometendo boas emoções para os brasileiros apaixonados por automobilismo. No comando do carro da equipe Raikkonen Robertson Racing, ele encerrou a temporada 2005 na 10ª posição, mas promete ficar entre os três primeiros este ano.

De olho na potencialidade do piloto brasileiro, e até como forma de aumentar sua visibilidade junto ao público jovem, a Carglass, líder mundial no reparo de vidros, decidiu aliar sua imagem a de Senna, como sua patrocinadora. "Buscamos parceiros que tenham os mesmos valores que a empresa possui como agressividade, persistência, lealdade. Analisamos o histórico do Bruno e seus bons resultados obtidos em pouco tempo, e acreditamos realmente que ele vá chegar ao pódio entre os melhores pilotos da categoria", afirma Milton Bissoli, diretor comercial da Carglass. Ele diz que inicialmente o apoio acontece por meio da empresa no Brasil, mas que não descarta uma ação internacional em um futuro próximo. "Um apoio internacional mostraria ainda mais a liderança da empresa na Europa, Estados Unidos e Canadá".

Da parte do piloto, a parceria significa confiança e responsabilidade. "É importante ter o apoio de uma empresa com os ideais da Carglass, que vem crescendo respaldada na ética e com estratégia bem definida", diz Senna. Ele contou durante encontro com jornalistas em fevereiro que deixou de correr de kart após a morte de seu tio, Ayrton Senna, em 1994. Mas que aos 18 anos, decidiu voltar às pis-

tas amparado por sua mãe, a presidente do Instituto, Viviane Senna. Atualmente, o piloto se prepara para o início da temporada, em abril, que poderá ser acompanhada no Brasil no canal Sport TV. Ele também participará de um programa da Rádio 89 FM (SP) em conjunto com Emerson Fittipaldi e Reginaldo Leme.

Aliança

As duas marcas - Carglass e Senna - já são parceiras há 3 anos. A empresa multinacional destina parte de seu faturamento ao Instituto Ayrton Senna. Milton Bissoli conta que essa decisão agrega valor ao negócio da empresa, e serve como uma resposta ao bom relacionamento com a sociedade brasileira. De acordo com ele, a Carglass registra crescimento expressivo desde sua entrada no País, em 1992. "Nesse tempo todo, crescemos sempre acima de 50%. Somente em dois anos, o incremento foi menor", explica. E esse bom desempenho, para ele, motiva ainda mais investir no social. "Acreditamos que o item mais importante nesse caso é a educação, e por isso, temos essa parceria com o Instituto, que já atendeu mais de 5 milhões de pessoas em todo o

Brasil", complementa.

A Carglass acredita que a maior exposição que terá com o patrocínio de Bruno Senna - maior investimento da empresa em divulgação da marca em 2006 - também contribuirá com essa própria política social. "Quanto mais a empresa arrecada, mais ela pode repassar para o Instituto Ayrton Senna".





"O mais moderno e completo sistema para gestão de corretoras de seguros."

"Corretor on-line, este sim traz resultados."

Entre em contato conosco e agende uma visita.



Sistemas Seguros, 14 anos de Experiência e Tecnologia a serviço do Mercado Segurador.

Sistemas Seguros Tecnologia de Sistemas Ltda.
Rua Marechal Barbacena, 664 - Jardim Anália Franco
Cep: 03333-000 - São Paulo - SP - Tel.: 11 6672-7500
E-mail: info@sistemas-seguros.com.br - Site: www.sistemas-seguros.com.br

Capitalização sob medida

Por Leonardo Pessoa e Aline Brandi

Há quase 80 anos, o mercado de capitalização nacional se reinventa buscando novos públicos e aplicações. Este ano, a novidade fica por conta das modalidades propostas pela Fenaseg que segmentam os títulos. É mais um estímulo para aumentar reservas e faturamento do setor.

“É possível que surjam novos usos e modalidades puxados pela demanda do público, ou por brechas deixadas por novas legislações. A tendência, com as mudanças, é de haver títulos sob medida”.

Rita Batista

Trazida ao Brasil pela Sulacap no ano de 1929, a capitalização sobreviveu a todas as turbulências e indefinições econômicas ao longo de quase 80 anos, e continua melhorando suas regras, seus produtos e apelo junto ao público brasileiro para se tornar cada vez mais uma opção de poupança reconhecida entre a população. O professor e profundo conhecedor do assunto, Cláudio Contador, por exemplo, costuma dizer que capitalização é uma experiência brasileira. E os motivos para essa explicação, segundo Rita Batista, presidente da Comissão de Capitalização da Fenaseg, “estão no lado lúdico dos produtos – item que atrai muito a atenção dos brasileiros –, na alternativa de poupar dinheiro – característica distante da nossa população – e no lado social que as empresas começam a explorar – com repasses à organizações que lutam pela preservação da natureza, entre outras”. Para representar melhor, ela revela alguns números registrados em 2005: foram R\$ 10,5 bilhões em reservas (15% de aumento sobre 2004) e R\$ 6,9 milhões de faturamento (evolução de 4,6% sobre 2004). E para 2006, “estimamos um crescimento de 8% na receita e de 15% nas reservas”, diz. O volume es-

perado pela Fenaseg deve ter reflexo, principalmente, em decorrência das novas regras que a Susep deve publicar no primeiro semestre. Além de reformular, em linguagem clara e objetiva, a apresentação das regras dos produtos que compõem as normas contratuais, o órgão vai segmentar os títulos em popular, clássico, compra programada e empresarial (veja página 16). “É possível que surjam novos usos e modalidades puxados pela demanda do público, ou por brechas deixadas por novas legislações. A tendência, com as mudanças, é haver títulos sob medida”, opina.



Rita Batista

Seu cliente fez um seguro que não incluía o serviço
 Você

Autoglass. Depois de um acidente a decepção: os retrovisores

não estavam inclusos. O resultado foi que Seu cliente
 Você

perdeu tempo e dinheiro para resolver o problema.

Lição aprendida: Seu cliente nunca mais vai fazer
 Você

um seguro incompleto apenas para fechar uma venda.

Quando você vende um seguro é sua reputação que está em jogo.

[X] Autoglass. Seguro para você. Seguro para seu cliente.

Maior e mais completo estoque de vidros nacionais e importados do país | Aplicação exclusiva de adesivos Dow, o mesmo utilizada pelas grandes montadoras | Serviço Autoglass Express 7 dias por semana (disponível na cidade de São Paulo) | 500 pontos de atendimento credenciados em todo o Brasil | Contact Center 24h de última geração | Repara grátis do pórco-briso | Corretor, ofereça sempre o serviço de proteção de vidros Autoglass.



0800 723 3003
www.autoglass.com.br

Empresa top



Natanael de Castro

Líder no mercado nacional, a BrasilCap entra no seu 11º ano de atuação na comercialização de títulos de capitalização, com a expectativa de crescer entre 8% e 10% em relação ao ano de 2005. Se depender dos bons resultados que o Banco do Brasil vem registrando -- a instituição registrou lucro líquido de R\$ 4,154 bilhões em 2005 --, essa meta pode ser alcançada com facilidade, acredita Natanael de Castro, diretor de marketing da BrasilCap. "Acompanhamos o crescimento do banco de forma orgânica, o que reflete no negócio de capitalização", acredita. Segundo ele, alguns números revelam o bom posicionamento que a empresa tem no mercado. "Temos 25% de market share, e ano passado foram pagos em prêmios R\$ 69,5 milhões, quantia que vem registrando crescimento expressivo", diz. A BrasilCap informa ainda que registrou um crescimento de 23% no lucro líquido em 2005 e que continuará apostando na capilaridade do Banco do Brasil, buscando clientes que ainda não conhecem os produtos oferecidos em capitalização.

Natanael de Castro afirma que a partir deste ano, quando deve haver as mudanças na segmentação, os impactos serão bastante interessantes. "Percebemos claramente em trabalhos de pesquisa que o cliente até conhece capitalização, mas não a fundo. No geral, ainda há um enorme desconhecimento do produto", afirma. Na sua opinião, as alterações explicitarão o que é cada tipo de título, sua vantagem sobre as alternativas no mercado e transformará a comercialização muito mais transparente.

Apelo social

Grande player no setor, a Bradesco Capitalização também se mostra otimista com as oportunidades em 2006. "Temos apetite e para isso lançaremos novos projetos de olho na fatia que não



Norton Glabes

consome capitalização", informa Norton Glabes Labes, diretor da empresa. Ele acredita que a taxa de juros deva cair, o que refletirá no lucro e nas vendas, com possibilidade de haver mais demanda e maiores aplicações. "Deveremos crescer cerca de 7,5% em relação ao ano de 2005", estima.

Ainda de acordo com o executivo, a Bradesco Capitalização focará mais os títulos com apelo social, para atrair novos clientes. Além de fisgar o consumidor com os atrativos do próprio título, com seus sorteios e acúmulo de renda, a empresa utiliza a estratégia de colaborar com interesses urgentes e amplos da população. "Atualmente temos o GP Ayrton Senna, onde parte da receita é repassada para o Instituto Ayrton Senna e a Fundação SOS Mata Atlântica, que também tem uma parte destinada à Fundação", diz Norton.

Ele compactua com o setor em relação aos benefícios que a segmentação deve trazer. "As mudanças que devem ocorrer no mercado, provavelmente até junho ainda desse ano, facilitarão o entendimento do produto para os clientes, e favorecerá 100% todos os títulos. Nessa linha, a Bradesco Capitalização ampliará seus investimentos com apelo social", conclui.

Bradesco Capitalização X Câncer de Mama

A mais recente bandeira da Bradesco Capitalização é ligada a luta contra o câncer. A empresa lançou no dia 8 de março, por ocasião do Dia Internacional da Mulher, o Título de Capitalização Pé Quente Bradesco O Câncer de Mama no Alvo da Moda. Parte do valor arrecadado com o produto tem destino certo: o Instituto Brasileiro de Controle do Câncer, que já atendeu mais de três milhões de mulheres e desenvolveu uma infra-estrutura médico-hospitalar tida

A Avaliação Patrimonial é a GARANTIA de um SEGURO bem feito.

Os procedimentos mais modernos de Gerenciamento de Riscos indicam a correta Avaliação dos bens como um dos fatores mais importantes para a contratação dos seguros.

Independentemente da forma que o seguro é contratado, conhecer o valor correto dos bens, permite ao segurado definir com segurança qual o valor que pode ser adotado como franquia e também optar com tranquilidade sobre qual tipo de apólice comprar.

Nada mais problemático do que descobrir no momento de um sinistro que a importância segurada não cobria o valor dos bens e que a Seguradora somente irá indenizar parte dos bens perdidos.

A Avaliação patrimonial elimina ainda o risco de se pagar prêmios em excesso devido a contratação de seguro com valores superestimados dos bens.

Evite riscos desnecessários, faça a Avaliação dos seus bens.



100 anos de atuação no mercado mundial.

29 anos de atuação no mercado nacional.



Associação de
TROCENWIK GROUP
Europa, USA, Asia,
Australia e África
NO VALUATION
SERVICES, INC. - USA

ENGEVAL
ENGENHARIA DE AVALIAÇÕES



Rua Jesuino Arruda, 769 - 3º/10º/13º/14º andares - CEP 04532-082 - Itaim Bibi
São Paulo - SP - Brasil - Fone (11) 3079-6944 - Fax (11) 3079-1409
E-mail: engeval@engeval.com.br

AUSTRALIA, BELGIUM, BRAZIL, DUTCH CARIBBEAN, FRANCE, INDIA,
ITALY, MEXICO, THE NETHERLANDS, PORTUGAL, SINGAPORE,
SOUTH AFRICA, SPAIN, SWEDEN, THAILAND, U.K., U.S.A.

VISITE NOSSO SITE NA INTERNET
www.engeval.com.br
<http://www.arcaudis.com>

como referência nacional, sempre com o objetivo de levar a prevenção, diagnóstico precoce e tratamento dos cânceres à população.

O título de Capitalização Pé Quente Bradesco O Câncer de Mama no



Alvo da Moda inicialmente será comercializado exclusivamente no site da Bradesco Capitalização (www.bradescocapitalizacao.com.br), com as opções de pagamento por meio do débito em conta-corrente (para correntistas do Banco Bradesco) ou por boleto bancário. O custo mensal será de R\$ 40,00. O cliente concorre a premiações semanais de R\$100 mil, em sorteios pela Loteria Federal do Brasil, e resgata 100% do valor pago corrigido monetariamente pela TR ao final do plano e após o pagamento de todas as mensalidades. Com vigência de 60 meses, o título tem carência de 12 meses para resgate.

José Antonio Passos, diretor-Administrativo do IBCC, lembra que “os desafios para o hospital são muito grandes e a parceria com a Bradesco Capitalização vai contribuir para que o Instituto desempenhe cada vez mais e melhor a sua missão de fazer com que o tratamento do câncer esteja ao alcance de todos, com qualidade e humanização.”

Sulacap e sua fábrica de idéias

A empresa que trouxe os produtos de capitalização ao País continua investindo em seu portfólio diferenciado, buscando clientes por meio de 60 mil corretores de seguros cadastrados. Antônio Carlos R. Gabriel, diretor de marketing e novos negócios da Sulacap, diz que a empresa continua apostando em segmentos pouco explorados por outras empresas que utilizam o balcão de banco para comercializar. Em 2006, a Sulacap investe no Lig Gol, produto que utiliza o futebol como apelo popular, e que deve ser lançado até o mês de abril. “Também faremos o lançamento até abril de um produto que tem foco no acúmulo de capital para compra



Antônio Carlos R. Gabriel

de eletroeletrônicos”, diz Gabriel. Este produto leva o nome de Você Pode, e é resultado de uma associação entre uma corretora de seguros - que vai comercializar o título - e a empresa que vai distribuir os produtos adquiridos. Na avaliação da Sulacap, com a seg-

mentação a ser aprovada pela Susep, haverá a possibilidade de uma série de produtos. “Já estamos com a nossa fábrica de idéias funcionado e já preparados para as possíveis mudanças que deverão ocorrer”, afirma. O executivo da empresa também diz que os consolidados produtos Multicap e Garantia de Aluguel continuam entre os títulos mais vendidos, e seguirão com bom desempenho este ano, acredita. “Tanto o Multicap, que gera um acúmulo de capital para aquisição de bens, quanto o Garantia de Aluguel, vem ganhando cada vez mais espaço, como boas alternativas na hora de planejar a compra de um imóvel ou na hora de locar um ambiente residencial ou comercial”, conclui.

Mais atenção ao consumidor

A Sulacap anuncia também a criação de uma ouvidoria específica para atender os clientes da empresa. O canal, para ela, será uma instância recursal para tratar as solicitações e questões sobre os Títulos de Capitalização adquiridos pelos clientes, que já contam hoje com o Serviço de Relacionamento com o Cliente, com o Corretor e com as Sucursais da empresa. “Além de atuar de uma forma independente e imparcial na defesa dos direitos dos consumidores, a Ouvidoria Sulacap será uma ferramenta de informação que subsidiará a melhoria dos procedimentos internos da empresa, contribuindo para a prevenção e solução de todas as demandas”, destaca o Antônio Carlos Restum Gabriel, que também é o Ouvidor.

De acordo com a empresa, os consumidores poderão acionar a Ouvidoria por meio de cartas, ou pelo site:

Monitoramento online da assistência via celular.

Isso é inovação.



Com a Mondial Assistance seu cliente é atendido com rapidez e segurança. Afinal, nós somos líderes mundiais em assistência 24 horas e atendimento ao cliente. A Mondial possui a tecnologia mais moderna do mercado para diferenciar seu produto e fidelizar os seus clientes através da constante inovação de seus serviços.

Mondial Assistance. Inovando sempre para você atender melhor aos seus clientes.

 **MONDIAL ASSISTANCE**
Seus clientes em boas mãos

Mondial Assistance Brasil - Tel: (11) 3178-2599 - Fax: (11) 3178-2580 - www.mondial-assistance.com.br - e-mail: comercial@mondial-assistance.com.br

Alemanha | Austrália | Áustria | Bélgica | Brasil | Bulgária | Canadá | China | Croácia | Dinamarca | Eslováquia | Eslovênia | Espanha | Estados Unidos
Estônia | Finlândia | França | Grécia | Holanda | Hungria | Ilha da Reunião | Inglaterra | Irlanda | Itália | Japão | Letônia | Líbano | Lituânia | Marrocos
Noruega | Polónia | Portugal | República Tcheca | Rússia | Singapura | Suécia | Suíça | Tailândia | Turquia | Ucrânia | Uzbequistão

www.sulacap.com.br. No primeiro caso, o cliente deverá encaminhar carta para a Caixa Postal no. 1273 - SulaCap - Ouvidoria - Cep.: 20010-974, Rio de Janeiro - RJ. As solicitações devem ser efetuadas por escrito, contendo as seguintes informações: nome do cliente, CPF ou CNPJ, número da proposta de subscrição ou do Título de Capitalização, onde e quando foi atendido primeiramente (se possível, com o nome do atendente), qual a solicitação e telefone e/ou e-mail de contato. O cliente será contatado em até sete dias úteis, e informado do recebimento e do prazo para o tratamento e solução de sua solicitação, que não excederá 30 dias úteis decorridos do seu recebimento.

Destaque

Com 30% de incremento no faturamento em 2005, a Caixa Capitalização foi a empresa que mais cresceu no passado, pagando R\$ 28 milhões de prêmios. Edmilson Gama, diretor da Caixa Capitalização, informa que este ano a empresa mantém seus esforços, preparando novidades de distribuição dos produtos com a intenção de ampliar sua participação

no mercado. "Comercializaremos os títulos pela Internet, mas ainda estamos estudando alguns diferenciais que levem o consumidor que costuma acessar a rede para efetuar a compra", antecipa. Na opinião de Gama, esse pode ser um canal bastante interessante para a Caixa, que tem um dos sites mais visitados em todo o País. A empresa ainda não decidiu quando começa a fazer a transação



Edmilson Gama

na Internet. "Outra novidade será a comercialização no Internet Banking, oferecendo essa comodidade para quem está fazendo uma aplicação, resgate do lugar que desejar". Nesse caso, a Caixa Capitalização pretende

iniciar a venda no primeiro semestre, mesmo período que também deve investir na venda nas salas de atendimento das agências. "Temos percebido que as pessoas estão cada vez mais esclarecidas, e procuram resolver suas transações sem entrar na agência", diz.

Segundo Edmilson Gama, o crescimento da participação da Caixa em 2005 - que subiu de 6% para 8% do mercado, saindo da 6ª para a 5ª posição no ranking - vem do reposicionamento da empresa, iniciado em 2004, com produtos variados e adequados para todos os perfis de clientes do banco, que reúne desde clientes de baixa renda até grandes investidores. "A capilaridade da Caixa que possui mais de 2.300 agências, 9 mil casas lotéricas e 3 mil correspondentes bancários também reflete diretamente na capitalização, sendo um produto que reúne economia e sorteio, dois interesses do cliente médio da instituição", diz ele. "Acreditamos que as mudanças que nosso mercado está definindo com a Susep melhorem ainda mais o trabalho do próprio órgão fiscalizador, para a Caixa, que passa a ter mais agilidade no desenho de novos produtos e para o cliente, que terá vantagens em resgate, e transparência, por exemplo", conclui.

Modalidades de Títulos: entenda as diferenças

POPULAR: objetivo principal de concorrer em sorteios.

CLÁSSICO: formação de poupança, capital para algum determinado projeto/intenção.

COMPRA PROGRAMADA: objetivo pré-definido de adquirir um bem por meio do título.

EMPRESARIAL: estratégia de algumas empresas que adquirem títulos de capitalização e oferecem como um diferencial em seus produtos.

Novo visual, novas opções e ainda mais dinâmico!



- + Notícias atualizadas diariamente e várias vezes ao dia;
- + Ligação direta com mais de 30 mil Corretores de Seguros no Brasil;
- + Coberturas de eventos e acontecimentos em tempo recorde;
- + "Newsletter Semanal" e "Clipping" gratuitos por 30 dias.

Acesse:

Endereço

<http://www.revistasegurototal.com.br>

<http://www.revistasegurototal.com.br>

Ir

mais informações: (11)3884-5966

Incógnita recorrente

Morosidade do Governo em aprovar o projeto que abre mercado nacional para resseguradores desanima empresários

Por Leonardo Pessoa

Depois que o Projeto de Lei que autoriza a participação das empresas de resseguros estrangeiros a atuar no Brasil passou pela Comissão de Desenvolvimento da Câmara em janeiro, houve um leve clima de euforia no mercado segurador nacional. Mas a rápida aprovação na primeira Comissão, não se repete no segundo grupo que analisa o tema. Segundo informações da Agência Câmara, o projeto está parado nas mãos do deputado federal Francisco Dorneles. Em um cenário de abertura, há estimativas de que esse mercado possa crescer 30% ao ano com a livre concorrência e os preços dos resseguros registrem queda de até 20%.

Consultados pela Revista Seguro Total, tanto os empresários do setor como lideranças de entidades representativas, acreditam que a abertura desse mercado não deve ocorrer em 2006. A explicação, segundo eles, está na agenda de pautas dos governos estaduais e federal, que buscam analisar e colocar em regime de urgência projetos com maior visibilidade pública, de olho nas eleições em outubro. As empresas resseguradoras estrangeiras, que aguardam essa decisão há pelo menos 8 anos, se mostram preparadas para atuar no mercado nacional, e afirmam que a livre concorrência só trará benefícios.

Várias delas já possuem escritórios no País e estratégias bem definidas para o início de suas atividades. A Transamérica Re, por exemplo, desembarca no País este ano, interessada em abocanhar parte desse mercado, quando houver a grande mudança esperada pelo segmento (veja entrevista na página 22).



Walter Polido, diretor técnico e jurídico da Münchener do Brasil

A Münchener do Brasil (do Grupo Munich Re, maior companhia do setor no mundo), com representação no País desde 1997, vem acompanhando de perto ao longo desses anos os avanços dessa discussão. Walter Polido, diretor técnico e jurídico da Münchener do Brasil, diz que, mesmo com os entraves, a empresa sempre acreditou na abertura do mercado brasileiro, razão pela qual instalou seu escritório há quase 10 anos. "O mercado internacional está atento ao movimento em prol da abertura no Brasil, respaldado basicamente pela confiança de que de fato ocorrerá, mesmo porque o Governo Federal está se comprometendo com a abertura, de forma eficaz e concreta, inclusive perante entidades internacionais", diz. Segundo ele, a Munich Re nunca defendeu a privatização do IRB-Brasil Re, até porque, sendo a empresa uma empresa estrangeira, não competiria a ela ingerir ou sugerir

'Arelada à atividade resseguradora existem outras operações que permitirão o desenvolvimento de novos postos de trabalhos – regulação de sinistros, por exemplo'

procedimento que diz respeito apenas ao Governo brasileiro e principal controlador daquela empresa monopolista.

"Arelada à atividade resseguradora existem outras operações que permitirão o desenvolvimento de novos postos de trabalhos – regulação de sinistros, por exemplo", afirma Polido que cita outras vantagens com a abertura desse mercado. "Surgirão novas empresas especializadas em análises de riscos – underwriting – e de serviços em geral para a atividade seguradora do país, representadas por segmentos específicos – Riscos Agrícolas, por exemplo. O mercado de resseguro livre propicia série de novas oportunidades e de prestação de serviços vários", analisa.

Principal concorrente do Grupo Munich, a Swiss Re também acredita fortemente que a abertura acontecerá, é por isso que está no Brasil presente há 10

Vem aí...
Prêmio Mercado
de Seguros

21 de junho de 2006



Cerimonial: Renata Fan

Informações

Tel.: 11 3884-5966

e-mail: premio@revistasegurototal.com.br

www.revistasegurototal.com.br

Troféu Gaiivota de Ouro

anos. Henrique Oliveira, diretor-presidente da empresa no País, acredita que ela está próxima de acontecer, e se mantém otimista, mesmo com as últimas notícias sobre o andamento do projeto. "Como no passado, o ritmo da abertura ou seu momento exato não dependem de nossa expectativa otimista ou não. O processo caminha como é possível, não nos cabe querer acelerá-lo ou não. Na atual fase, cabe ao Congresso Nacional, o maior foro de discussão do País, decidir o modo e a hora de se concluir o processo", afirma.

A empresa avalia positivamente o esforço que todos os participantes vêm fazendo para avançar com o projeto de lei no Congresso. "Como se trata de um projeto do Executivo longamente maturado, o Legislativo tem agora a oportunidade de debatê-lo mais detalhadamente, com seu próprio 'timing'", explica ele.

A Swiss Re diz que quanto mais o processo avança, mais a sociedade brasileira toma conhecimento do momento especial que o seguro e o resseguro estão vivendo no Brasil, e isto é bom para todos, consumidores e fornecedores, aí incluídos os resseguradores com escritório no Brasil e os brokers de resseguros, bem como os que ainda virão aqui se instalar, das duas categorias.

Preparo

Segundo Oliveira, a Swiss Re tem alguns estudos internos sobre as diferentes configurações que uma empresa po-



Henrique de Oliveira, diretor-presidente da Swiss Re

derá tomar quando ocorrer a abertura do mercado. "Tudo dependerá da lei que vier a ser aprovada no Congresso Nacional. Estamos no Brasil há 10 anos, e já vivemos diferentes cenários possíveis. Não nos cabe agora determinar qual vai ser o modelo finalmente aprovado, mas saberemos estar prontos para trabalhar no novo ambiente quando este se estabelecer, com regras claras e estáveis, conclui."

Outra empresa também otimista com o mercado nacional é a Converium Re. De acordo com seu diretor geral, Cid Carlos Andrade, as expectativas aumentaram muito no mês de janeiro em função do andamento do projeto de lei no Congresso, mas que para surpresa de todo o mercado, houve o pedido feito por um deputado do Partido dos Trabalhadores (PT) para retirar o regime de urgência da pau-

'Saberemos estar prontos para trabalhar no novo ambiente quando este se estabelecer, com regras claras e estáveis'.

ta. "Isso cria uma situação de absoluto descrédito se realmente a abertura vá ocorrer, qual a vontade política do governo", diz.

Para ele, a tão aguardada abertura do mercado é vista por todos os agentes da cadeia de seguros como um bem para o País, com impactos extremamente importantes. "Levaria a uma mudança na precificação, nas regulações de sinistros, nas relações entre seguradores e resseguradores, trazendo uma equação mais inteligente para todo o mercado", afirma.

Mercado nacional

Todo o mercado segurador brasileiro será beneficiado com a abertura, independentemente do tamanho da seguradora, acredita a Munich Re. "Contrário a muitos comentários distorcidos que já foram divulgados, também as pequenas seguradoras terão o apoio dos grandes grupos resseguradores internacionais; de fato tal segmento poderá se beneficiar ainda mais, já que poderá contar com a tecnologia de ponta que será disponibilizada. Também a Munich Re está de olho neste filão do mercado, sem dúvida". Nesse caso, as pequenas seguradoras poderão ser treinadas "in loco" ou no exterior visando os nichos de mercado específicos. "Nas áreas de Seguros de Pessoas, Agrícola, Responsabilidade Civil, Garantia e outros de grande potencial futuro no Brasil, grandes esforços poderão ser concentrados".

"Isso cria uma situação de absoluto descrédito se realmente a abertura vá ocorrer, qual a vontade política do governo".



Cid Carlos Andrade, diretor geral da Converium.

Queda nas taxas

Walter Polido, do Grupo Munich Re, acredita que o mercado, na avaliação dos resseguradoras, também ganhará muito com a queda nas taxas, que poderá ocorrer de forma isolada e naqueles segmentos ainda não devidamente explorados pelo mercado. "A eventual redução do preço do resseguro também deverá repercutir no custo final do seguro pago pelo consumidor direto, sem dúvida. Para alcançar tal objetivo, a regulamentação brasileira do resseguro deverá garantir a pluralidade de oferta e a liberdade de formação de preço, tal como acontece na maioria dos países", conclui.



Marcos Lisboa, presidente do IRB

"Temos a missão de preparar a empresa e o mercado para essa nova etapa do setor no País, em que prevalecerá um ambiente competitivo e de livre concorrência".

IRB: preparações

Desde o ano passado, o Instituto de Resseguros do Brasil (IRB) começou a colocar a casa em ordem para a eventual abertura do mercado. Marcos Lisboa, presidente, acredita que os recentes investimentos demonstram o posicionamento da empresa - preparada para a possível concorrência, ainda uma incógnita para todo o mercado. "Temos a missão de preparar a empresa e o mercado para essa nova etapa do setor no País, em que prevalecerá um ambiente competitivo e de livre concorrência", diz. O IRB está vem reformulando suas áreas de

tecnologia, além de departamento de pesquisa da assessoria para fornecer informações estatísticas, e na base de dados, e da gerência de ouvidoria, entre outras.

O faturamento total do IRB em 2005 atingiu cerca de R\$ 3 bilhões, praticamente igual aos R\$ 2,853 bilhões de 2004, basicamente devido à valorização do real, já que boa parte da carteira da empresa é em moeda estrangeira. O volume de prêmios recebidos aumentou 6,1%, somando R\$ 1,516 bilhão, ante R\$ 1,429 bilhão de 2004, indicando um melhor uso de

sua capacidade técnica e financeira.

O presidente do Sincor-SP, Leoncio de Arruda, afirma que o IRB está fazendo o seu papel, e corrigindo algumas falhas, e que os atuais investimentos revelam sua disposição em colaborar com o desenvolvimento do setor. Porém, como os empresários, não acredita numa mudança em curto prazo. "A abertura independe de partido. Falta uma atitude mais agressiva do mercado segurador, que nada faz para pressionar os parlamentares nessa decisão", alerta.

102,05

A Grande Jornada pelo Mundo dos Seguros

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

Rádio Imprensa FM 102,05

Patrocínio:

CARGLASS

SINCOR

MAPFRE

MARITIMA

SINCOR

Entrevista

Rodolfo Wehrhahn, diretor gerente da Região América Latina da Transamerica Reinsurance, fala com exclusividade à Seguro Total, sobre os negócios da empresa no mundo, e seu projeto de expansão no Brasil



Seguro Total: Qual o posicionamento da Transamerica Reinsurance no mundo, empresa que abre dois escritórios no Brasil este ano?

Rodolfo Wehrhahn: Em um artigo recentemente publicado na revista Reinsurance, a Transamerica Reinsurance aparece como a 10ª maior empresa de resseguros do mundo em termos de prêmios líquidos (Life Reinsurance - Life Looks to Europe and Asia for the Next Generation of Growth, 24 de fevereiro de 2006). A Transamerica Reinsurance é a quinta maior empresa de resseguros dos Estados Unidos em volume, segundo a última pesquisa anual realizada no setor de resseguros de vida por parte da Society of Actuaries.

Oferecemos ampla experiência em gestão de risco, capital e despesas, para ajudar as empresas a tornar seus produtos e seus negócios mais lucrativos e competitivos. Fornecemos resseguros e consultoria de produtos, além de desenvolver soluções para as principais empresas de seguro de vida nas regi-

ões da América do Norte, Ásia-Pacífico e América Latina. Nosso principal escritório sede fica em Charlotte, na Carolina do Norte. Em Hong-Kong encontra-se nosso escritório para a região Ásia Pacífico, apoiando os escritórios de Taiwan, Coréia e Japão. O escritório regional para a América Latina está localizado em Weston, na Flórida, perto de Miami, proporcionando apoio para os escritórios regionais do Chile, México e, agora, do Brasil.

Seguro Total: E sobre a AEGON, empresa mãe da Transamérica?

Rodolfo Wehrhahn: A AEGON N.V. é uma das maiores companhias de seguro de vida com registro em bolsa em termos de capitalização de mercado e patrimônio. A sede da AEGON é em Haia, na Holanda. No final de 2004, as empresas AEGON acumulavam um patrimônio de US\$ 324,9 bilhões, empregando aproximadamente 27.000 pessoas em todo o mundo.

O foco principal das empresas AE-

GON está nos seguros de vida, pensões, poupança e produtos de investimento. O grupo também atua ativamente no setor de acidentes e seguros de saúde suplementares. A AEGON figura constantemente dentre as primeiras companhias nos seus três principais mercados, como os Estados Unidos (onde é a 7ª maior empresa do mercado de seguros de vida e anuidades, segundo a A.M. Best, com base em ativos administrados), a Holanda (como 2ª empresa no mercado de seguros de vida e pensões, pela classificação da VB Magazine, com base em prêmios brutos de seguro de vida), o Reino Unido (6ª maior companhia no mercado de seguros de vida e pensões, pela Association of British Insurers, com base em novos negócios em seguros de vida e pensões).

O grupo também está presente em diversos outros países, incluindo Canadá, Hungria, Eslováquia, Espanha, Polônia, República Tcheca, Taiwan e China.

Seguro Total: Desde 2001 a Transamerica Reinsurance vem desenvolvendo ativamente novos negócios no mercado latino-americano, tendo estabelecido uma sólida reputação ao longo desse tempo. Que fatores contribuíram para o sucesso de sua empresa?

Rodolfo Wehrhahn: Diversos fatores contribuíram para o sucesso que obtivemos em nossos primeiros anos na América Latina. Temos uma posição importante nos Estados Unidos, que nos permite compartilhar idéias que tiveram sucesso no mercado norte-americano com nossos clientes da América Latina. Temos uma visão global e de longo prazo do mercado, graças a nossa tradição européia. Esses fatores, aliados aos profundos conhecimentos do mercado local de nossos experientes profissionais, oferecem um valioso instrumento para os clientes da Transamerica Reinsurance nos mercados em que operamos.

Temos uma ampla rede de escritórios na Cidade do México, em Santiago e, agora, no Rio de Janeiro e em São Paulo. Esses escritórios recebem o apoio de nosso escritório regional de Weston, na Flórida, que conta por sua vez com o suporte de nossa sede, localizada em Charlotte, na Carolina do Norte. Por fim, temos também, é claro, o apoio da AEGON, um grupo internacional líder em serviços financeiros.

Altamente focados nos mercados em que escolhemos atuar, temos acesso a todos os conhecimentos necessários para desenvolver soluções de sucesso que atendam às necessidades de nossos clientes, como análises de negócios, de riscos atuariais, de underwriting, operações, vendas e marketing. Nossa vasta gama de especialidades é ainda ampliada pela força financeira de nossa organização e por nossa capacidade e disposição de pensar e agir de forma não tradicional.

Operamos em mercados tradicionais e não tradicionais. Nossos funcionários detêm grande experiência em seguros de vida, em resseguros e nos mercados latino-americanos. Nossa

presença e a profundidade de nossos conhecimentos nos permitem identificar tendências atuais e prever necessidades futuras. O México, por exemplo, é hoje um mercado em rápido crescimento, com substancial interesse por produtos de mercado massificados. Estamos facilitando o crescimento das empresas nesse campo compartilhando nossa experiência internacional em projetar produtos específicos para canais de distribuição de mercados massificados.

Quando começamos a trabalhar no mercado brasileiro, percebemos seu grande potencial representado pelo número de empresas desejosas de inovar no setor de seguro de vida. Diante

“Diante da disponibilidade apresentada pelo mercado para produtos preferenciais, nos aliamos ao IRB para, em conjunto, trazer ao mercado o primeiro produto de riscos preferenciais, já em 2003.”

da disponibilidade apresentada pelo mercado para produtos preferenciais, nos aliamos ao IRB para, em conjunto, trazer ao mercado o primeiro produto de riscos preferenciais, já em 2003.

Seguro Total: Sua empresa ganhou uma reputação top-of-mind no Brasil - e em toda a América Latina - em termos de inovação. Como essa postura de fazer coisas novas, de forma diferenciada, ajudou a expandir mercados?

Rodolfo Wehrhahn: A AEGON incentiva a inovação e fomenta o espírito empresarial dentro de seu negócio. Novos produtos e serviços são desenvolvidos por unidades de negócios como a Transamerica Reinsurance para atender às necessidades dos clientes.

O desenvolvimento de produtos de seguro de vida de riscos preferenciais no Brasil, em conjunto com o IRB, ajudou o mercado a reinventar produtos para um determinado segmento da população: mais especificamente aqueles clientes em boa condição de saúde, que merecem portanto prêmios menores que a média. Os produtos de seguro de vida de riscos preferenciais permitem hoje que consumidores qualificados comprem uma proteção maior pelo mesmo preço que antes teria sido pago por uma menor quantidade de proteção.

Atualmente, estamos trabalhando com o IRB para desenvolver produtos de doenças graves que ajudarão mais empresas a entrar no mercado e estamos dispostos a ajudar estes clientes a atender suas necessidades comerciais com soluções também de âmbito financeiro.

Seguro Total: Fale um pouco mais sobre produtos de risco preferencial.

Rodolfo Wehrhahn: Os produtos de risco preferencial destinam-se a pessoas com uma expectativa de vida acima da média. Podemos oferecer a esses clientes valores inferiores aos atualmente cobrados pelos seguros de vida tradicionais do mercado. Ao escolher os candidatos para esses produtos de risco preferencial, buscamos detectar os principais fatores de mortalidade: histórico médico familiar, histórico médico pessoal, e fatores de estilo de vida, como viagens e hobbies.

Qualquer produto de seguro já existente no mercado brasileiro pode ser oferecido como um produto de risco preferencial; contudo, haveria uma variedade muito grande de taxas para os vários níveis de risco. Nós projetamos um produto de risco preferencial para o mercado brasileiro, de acordo com suas características e com cinco categorias de riscos diferentes.

Seguro Total: Qual foi o desempenho dos produtos de risco preferencial em outras partes do mundo?

Rodolfo Wehrhahn: Esses produtos foram lançados pela primeira vez nos Es-

tados Unidos, na década de 80, e rapidamente passaram a integrar as carteiras de todas as empresas de seguro. De acordo com uma pesquisa de underwriting pela empresa Towers Perrin, em abril de 2005 mais da metade de todas as apólices de seguro de vida dos Estados Unidos eram de risco preferencial. O México e o Chile tiveram seus primeiros produtos de risco preferencial já há alguns anos..

Seguro Total: Quais as vantagens de uma companhia que ofereça produtos de risco preferencial?

Rodolfo Wehrhahn: Os produtos de risco preferencial oferecem vantagens substanciais para os três principais componentes da "cadeia" de seguro de vida - o consumidor, o corretor e a empresa de seguros. Os clientes comprovadamente de "risco preferencial" têm hoje acesso a um seguro de vida cujo preço tem um potencial de redução em comparação aos seguros tradicionais.

O corretor pode hoje premiar seus clientes em melhor condição de saúde com um seguro mais barato. O corretor pode, efetivamente, oferecer a seu cliente uma quantidade maior de proteção pelo mesmo preço que esse cliente pagaria para obter uma proteção de menor quantidade. Para a empresa, isso significa mais negócios, captação de melhores riscos e prêmios que refletem riscos mais reais.

Seguro Total: Como a Transamerica Reinsurance lançou produtos de risco preferencial no mercado brasileiro? Como está sendo o desempenho desses produtos?

Rodolfo Wehrhahn: Fizemos uma parceria com o IRB para que o produto ficasse disponível para todas as empresas do mercado. Em maio de 2003 começamos uma série de seminários, apresentando as características do ponto de vista técnico, de underwriting e de vendas dos produtos de risco preferencial em sete cidades de todo o Brasil. Paralelamente aos seminários, promovemos reuniões com executivos

de diversas organizações para discutir o seguro de vida de risco preferencial. Sabíamos que estávamos provocando uma mudança de paradigma com relação à forma de vender seguros de vida no Brasil, e isso nunca acontece da noite para o dia. Tínhamos diversas questões críticas a resolver, inclusive o treinamento de underwriters, corretores e gerentes de vendas; criar relacionamentos com prestadores de serviços, sempre coordenando estes esforços através do IRB. Hoje, com todas essas peças no lugar, vários de nossos clientes estão já atuando e vendendo os produtos.

A melhor notícia é que, considerando todo o trabalho que fizemos, podemos agora ajudar uma empresa a estruturar e vender seguro de vida de risco preferencial no Brasil num período de três meses.

"Com escritórios no Rio de Janeiro e em São Paulo, teremos presença contínua e constante nos dois centros mais influentes de seguros do país."

Seguro Total: Por que a Transamerica Reinsurance está abrindo simultaneamente dois escritórios no Brasil neste momento?

Rodolfo Wehrhahn: Acreditamos muito e temos um compromisso com o crescimento do mercado brasileiro e nossa capacidade de crescer junto com ele, através da introdução de novos produtos e serviços que contribuam para o sucesso desse mercado. Com escritórios no Rio de Janeiro e em São Paulo, teremos presença contínua e constante nos dois centros mais influentes de seguros do país.

Seguro Total: A Transamerica Reinsurance planeja expandir sua oferta de

produtos no Brasil?

Rodolfo Wehrhahn: Sim. Nossos produtos e serviços são desenvolvidos em função das necessidades de mercado. Nossa abordagem é trabalhar muito perto de nossos parceiros-clientes para resolver os desafios que eles enfrentam. À medida que o mercado evolui, nós também evoluímos.

Seguro Total: Sua empresa está promovendo Seminários de Doenças Graves (DG) em paralelo à abertura dos novos escritórios e trabalhando junto ao IRB para desenvolver produtos de Doenças Graves para este mercado. Esse tipo de produto tem futuro no Brasil? E como ele se enquadra dentro dos produtos de risco preferencial?

Rodolfo Wehrhahn: Desde a mudança da definição de invalidez no Brasil, as companhias de seguro precisam de produtos alternativos, e os produtos de doenças graves são uma opção. Temos conhecimentos atuariais e de underwriting para ajudar as empresas com o desenho do produto de DG. Podemos oferecer ajuda com relação às doenças cobertas, definições dessas doenças, estruturas de preços, informações necessárias para obter aprovação junto às autoridades de seguro e assim por diante.

Com relação aos produtos de seguro de vida com risco preferencial, os seguros DG podem ser oferecidos como um adicional ao produto de risco preferencial.

Seguro Total: Ao olhar para o futuro do mercado brasileiro de seguros - dentro de cinco ou dez anos, digamos - em que posição a Transamerica Reinsurance gostaria de estar na América Latina e, mais especificamente, no Brasil?

Rodolfo Wehrhahn: Gostaríamos de continuar no caminho que trilhamos até agora, que se constitui em conseguir que o mercado nos veja como uma resseguradora criativa, disposta a trabalhar com seus clientes para criar soluções mutuamente benéficas. Continuaremos a perseguir o objetivo de sermos os mais lembrados pelos clientes.

ACONSEG homenageia presidente da Tokio Marine

A companhia de seguros Tokio Marine recebeu homenagem durante almoço da AconseG – Associação no dia 8 e março. Durante o evento, Ryoji Fujii, presidente da empresa, falou dos bons resultados obtidos após a joint venture com a Real Vida e Previdência. Ele também ressaltou a melhor distribuição dos produtos da empresa, que contava antes com o canal corretor - fundamental para os bons resultados da empresa - e que agora, possui também as agências do ABN AMRO, terceira maior rede bancária do País. Com a aquisição da carteira de Ramos Elementares da Real Seguros e parte da carteira de Vida e Previdência, ocorrida no ano passado, a operação do

grupo japonês passou a ser a mais importantes dentre os 43 países em que a Tokio atua. E no curto prazo, a empresa já passou da 24ª posição no ranking nacional das seguradoras para a 7ª posição.

Cultura: Batizado de “Educar PRA Proteger”, o programa busca sensibilizar estudantes do ensino médio e universitário sobre a importância da proteção à vida e ao patrimônio. Nos dias 10 e 11 de março, aconteceu um evento na Uninove, levando a universitários conhecimento a respeito das características, riscos e benefícios associados ao seguro, despertando no jovem a reflexão sobre conceitos ligados à prevenção, cidadania e responsabilidade civil.

Pátio Legal

A iniciativa conjunta da Secretaria Estadual de Segurança, da Delegacia de Roubo e Furto de Veículos (DRFA) e do Detran-RJ, com apoio do mercado segurador permite a recuperação e a restituição de veículos aos seus proprietários, em condições de segurança e comodidade. Desde sua inauguração, em julho de 2005, mais de 9.600 veículos passaram por suas instalações, sendo devolvidos aos seus proprietários em um prazo médio de cinco dias, em estado de preservação substancialmente melhor que o verificado no passado.

Exportação

Todos sabem, mas ninguém havia quantificado: as exportações brasileiras levam em média 39 dias para chegar ao porto e serem embarcadas. Com isso, o País perde pelo menos US\$ 25 bilhões por ano. Nos Estados Unidos, o prazo entre a saída do produto da fábrica e o embarque é de 12 dias, em média. As estimativas são da Aliança Pró-Modernização Logística do Comércio Exterior - Procomex, após entrevistar dezenas de empresas exportadoras.

Eleições

A única chapa inscrita para as eleições na Fenacor tem como principal nome o atual presidente da entidade: Armando Vergilio dos Santos Junior. É denominada “Desenvolvimento, Ética e Trabalho”, e reúne corretores de seguros de todos os estados, o que demonstra unidade e coesão em torno da atual diretoria.

Evento

Acontece entre os dias 27 e 29 de março em São Paulo a 5ª edição da Security Week Brasil 2006 - Conferência e Exposição Internacional de Gerenciamento de Risco e Segurança da Informação, organizada pela Via Fórum. O evento é a principal referência da América Latina em gerenciamento de risco e segurança da informação, mercado que no Brasil, está avaliado em US\$ 450 milhões. Mais informações: www.securityweek.com.br.

Saúde

O forte calor registrado este ano e seus efeitos nos casos de dengue motivaram a Unimed do Brasil a entrar na luta contra o mosquito causador dessa doença. Para isso, acaba de lançar uma campanha em nível nacional. Sob o mote “Água parada: o point de verão do mosquito da dengue”, o problema é atacado pelo lado emocional, com peças para anúncio de jornal e spot de rádio, visando sensibilizar a população para a proximidade do risco.

Parceria

A Itaú Seguros e a rede de estações Maxipark se uniram para proporcionar facilidade e segurança aos seus clientes. A partir de agora, quem tiver o carro segurado pela Itaú Seguros terá 30% de desconto, na utilização avulsa das quase 40 unidades da rede Maxipark na Grande São Paulo.

Benefícios

Os clientes BB Seguro Auto donos de veículos de passeio importados e picapes - nacionais ou importadas - terão mais um benefício. A partir de 13 de março, eles recebem desconto de 25% na franquia, em caso de sinistros de perda parcial, vantagem que já era oferecida para veículos de passeio nacional. O benefício é válido quando o valor do reparo do veículo for superior ao da franquia. Saiba quais são as oficinas participantes na Central de Atendimento: 0800-900-022.

Serasa: benchmarking em gestão empresarial

Sob o comando de Elcio Anibal de Lucca, a empresa brasileira deu um grande salto em qualidade e produtividade

Por Leonardo Pessoa



Entre muitos compromissos e viagens agendadas para a primeira semana de Março, o presidente da Serasa abriu as portas da empresa para nos receber, numa rica e amistosa conversa. Durante mais de uma hora, Elcio Anibal de Lucca (**foto**), falou com paixão da sua busca pela felicidade das pessoas, o que na sua opinião, é o grande sentido da vida. No comando da maior empresa brasileira em pesquisas, informações e análises econômico-financeiras para apoio ao crédito, o líder brasileiro ressaltou a importância da inovação das companhias nacionais e a ousadia na gestão dos negócios. Com esses dois fatores, segundo os números da Serasa, foi possível pular de 300 clientes em 1991 para 400 mil, entre diretos e indiretos, em 2006. Nesse tempo, a empresa passou de 1 milhão de consultas mensalmente para 3,5 milhões ao dia. Alguns fatos que levaram a empresa a conquistar três vezes o Prêmio Nacional de Qualidade – única no País – além do Prêmio Ibero-Americano de Qualidade. E também conferiram a Elcio o título de Líder Empresarial Nacional de Responsabilidade Social (2003), somente um das homenagens que o paranaense conquistou nessa trajetória. Conheça nessa matéria um pouco mais do modelo implementado na Serasa nos últimos 15 anos, tendo como foco os resultados financeiros, e a promoção do bem-comum.

Olho no futuro

A gestão de Lucca efetivamente não repete o que se faz no mundo corporativo. Um dos pilares que sustentam a empresa está no foco matricial bipolar. Embora essa definição pareça complicada, o modelo de gestão consiste em colocar em cada diretoria da empresa dois representantes. Um diretor fica responsável pelo presente da empresa, com 85% do seu tempo dedicado às decisões instantâneas, e os outros 15% ao futuro da

companhia. Na outra ponta, um diretor fica concentrado no destino da empresa, com sua maior parte do tempo dedicada ao futuro, à inovação, às tendências (85%) e o restante, no presente. Ambos permanecem em constante integração. “Essa idéia é inédita e já começa a despertar a atenção. Acredito que a Serasa seja benchmarking para todo o mercado, uma vez que esse modo de gerir implicou numa ampla revisão no modelo

interno do governança, mexendo em absolutamente tudo”, enfatiza Lucca. E nessa mesma linha, conforme ele diz, a Universidade de Harvard inicia alguns estudos mostrando que a sustentabilidade das empresas se dá pela inovação na gestão, “exatamente o que nós aplicamos aqui”, afirma.

O segundo ponto marcante da gestão está na referência ao modelo de qualidade total, aplicado na Serasa.

Pessoas

O terceiro pilar que sustenta a gestão de Lucca está no envolvimento de todos os funcionários no planejamento dos negócios da Serasa. Há mais de 10 anos, a empresa realiza eventos no mês de outubro em que reúne todas essas pessoas em diversos grupos. “Nesse evento, são recolhidas informações e sugestões de cada colaborador, que são registradas, armazenadas e analisadas, até chegar ao planejamento final”, fala. Assim, toda a força humana da empresa se faz presente no progresso da empresa.

A preocupação com as pessoas também é nítida a qualquer visitante. Além da integração do mundo de negócios com a natureza, a música e o bem-estar – tudo reunido em um grande jardim da sede da empresa na Zona Sul de São Paulo – o reconhecimento acontece por meio da política de Cidadania Empresarial da Serasa. Premiada até pela Organização das Nações Unidas (ONU), a empresa possui aproximadamente 100 funcionários com algum tipo de deficiência física. A estrutura do edifício é totalmente adaptada para qualquer tipo de necessidade vinda dos deficientes. Conta com rampas, portas e passagens adequados para cadeirantes; corri-

mãos; catracas especiais para cadeirantes; guias rebaixadas e sinalizadores de solo no entorno do prédio; vagas demarcadas na garagem para motoristas portadores de deficiência que tenham carros adaptados, além de uma série de outras facilidades. Elcio Aníbal de Lucca, um entusiasta desse movimento no País, conta que o Programa Serasa de Empregabilidade de Pessoas com Deficiência, desde 2001, visa a oferecer aos portadores de deficiência física, visual e auditiva, qualificação profissional e contratação na própria Serasa, ou em outra empresa, e é uma das ações do processo de Cidadania Empresarial da empresa.

“Acabamos de realizar o 11º Fórum de Empregabilidade, com a presença do secretário-geral da ONG Workability International, Alain Rialland, um dia após a Igreja Católica anunciar os portadores de deficiência como personagens da Campanha da Fraternidade”, disse. Durante o evento, o convidado francês apresentou “cases” de qualificação e contratação de pessoas com deficiência nas empresas privadas e governamentais desses países. “Os resultados se refletem pela troca de experiências entre os participantes e como uma ferramenta eficiente para o desenvolvimento de melhorias nesse campo”.



Sede da empresa na Zona Sul de São Paulo: música, verde e bem-estar.

Responsabilidade Social

Reconhecida pelos investimentos empregados na prática da Responsabilidade Social, a Serasa enxerga como prioridade sua participação como organismo da sociedade. No questionamento sobre os custos dessa política, o presidente da empresa foi direto e objetivo: "Gasta-se um volume considerável, mas ganha-se muito. Tudo o que a empresa desembolsa é multiplicado e trazido de volta em benefícios", diz. Esse resultado, segundo

ele, faz parte da cidadania individual, ou seja, a postura de cada um que integra os valores de Cidadania Empresarial da Serasa. E a promoção de uma série de programas socialmente responsáveis reflete no bom desempenho dos funcionários – que são estimulados a participarem como voluntários – e conseqüentemente nos negócios. De acordo com a empresa, todo o programa de voluntariado teve início com uma pesquisa feita com

os funcionários que indicaram as áreas em que gostariam de atuar. Atualmente, mais da metade deles participa de atividades em mais de 100 Organizações Não Governamentais (ONG'S). "Somos reconhecidos pela Revista Exame em vários anos seguidos como a empresa com maior índice de satisfação interna. E nosso objetivo central é de fazer o homem feliz, o segredo da melhoria em todas as áreas da Serasa", complementa.

Inovação e Competitividade

Como conselheiro do Movimento Brasil Competitivo (MBC), que reúne grandes líderes empresariais nacionais, Elcio Aníbal de Lucca explica a falta de competitividade brasileira pela gestão ineficiente e os entraves burocráticos encontrados pelos empresários na condução de seus negócios. "O maior problema do Brasil está na sua gestão. Falta a percepção de qual é nossa verdadeira vocação, e nesse sentido, o País precisa olhar para o mundo e ver o que ele vai precisar agora e no futuro, e investir nessa plataforma", defende. Para ele, o Brasil

caminha a passos lentos com a burocracia. "Necessitamos desamarrear esse pujante País, tão rico de talento e criatividade, com uma visão globalizada e um plano de desenvolvimento ancorado na competitividade mundial", diz. No encerramento dessa conversa, ele citou o envio de alguns funcionários da Serasa para cursos de doutorado no exterior como uma boa solução de criatividade e posicionamento externo. "O resultado está aqui para todos verem. Hoje, exportamos serviços para o mundo todo", concluiu.



"O maior problema do Brasil está na sua gestão. Falta a percepção de qual é nossa verdadeira vocação, e nesse sentido, o País precisa olhar para o mundo e ver o que ele vai precisar agora e no futuro, e investir nessa plataforma",

Raio-X da Serasa

Fundação: 1968

Sede: São Paulo

Atuação: análises e informações para decisões de crédito e apoio a negócios. Cobertura nacional e internacional por meio de acordos operacionais

Consultas ao dia: mais de 3,5 milhões

Clientes: 400 mil empresas diretas e indiretas

Funcionários: mais de 2000, incluindo 100 portadores de deficiência física

Destaques: única empresa a conquistar o Prêmio Nacional de Qualidade três vezes. Pioneira na Certificação Digital, sendo a primeira empresa privada credenciada como Autoridade Certificadora pelo Governo Federal. Reconhecida pela ONU pelo Programa de Empregabilidade a Pessoas portadoras de deficiência física. Premiada pelas iniciativas de mobilização dos funcionários em práticas voluntárias.

Lançamentos agregam alta tecnologia e resultados

Case Consulting realiza recrutamento especializado em seguros

A Case Consulting, consultoria de recrutamento especializado que trabalha com segmentação de mercado, atua com sucesso também na seleção de profissionais de média e alta gerência para o setor de seguros. "Trata-se de um se-

lhês do mercado. É por isso que a Case Consulting trabalha com ênfase na especialização, explica Peschke. "O fato de o consultor ser um especialista no setor e recrutar para o mercado em que tem experiência profissional permite um maior entendimento das reais necessidades dos clientes. Isso gera condições para um resultado ágil e assertivo."

Ao conhecer intimamente a estrutura de uma empresa do setor, por conta de sua experiência profissional, o consultor compreende o funcionamento, as peculiaridades e as características do business. "Isso facilita muito a busca do profissional certo e otimiza a comunicação entre as três partes

envolvidas no recrutamento – o cliente, a consultoria e os candidatos", acrescenta Lucas Peschke.

A metodologia diferenciada de trabalho da Case Consulting, empresa dirigida por Ricardo Bevilacqua, vem surtindo bons resultados não apenas no segmento de mercado financeiro, que abrange o setor de seguros, mas também em todos os outros em que promove recrutamento especializado – Bens de Consumo/Va-

rejo, Indústria Pesada/Transportes, Farmá/Agribusiness e Tecnologia/Telecom.

"Em pouco mais de um ano de operação, a Case Consulting tem em sua carteira grandes clientes que trabalham com o conceito de parceria e vagas recorrentes. Isso é resultado da satisfação com nosso trabalho e nosso esforço em fornecer um serviço diferenciado e personalizado, que atenda as necessidades dos nossos clientes no recrutamento de profissionais", explica Lucas Peschke.

Dica

Segundo Ricardo Maia, headhunter especializado no mercado de seguros, ter visão ampla do negócio é uma característica importante para o profissional que almeja ter sucesso no setor. "O mercado hoje pede profissionais que não se prendam exclusivamente às operações do dia-a-dia das seguradoras. É preciso se preocupar em criar boa visão sistêmica e acompanhar as novidades do mercado, mantendo-se bem informado sobre os acontecimentos e as tendências do setor. Esse é o tipo de profissional que pode ajudar as seguradoras a enfrentar os desafios do cenário atual", aponta Maia.



Lucas Peschke e Ricardo Maia

tor muito importante da economia, que desde 2005 está bastante aquecido. É fundamental que tenhamos um consultor especialista em seguros, que possa acompanhar as tendências do mercado e atender as necessidades das empresas", explica Lucas Peschke, gerente do segmento de Mercado Financeiro da Case Consulting.

O recrutamento especializado em seguros supre uma exigência cada vez maior dentro do setor. "É consenso que o mercado está a cada dia se profissionalizando mais, buscando pessoas não só tecnicamente qualificadas, mas com boa formação acadêmica, visão ampla de negócios e disposição para novos desafios", analisa Ricardo Maia, consultor especialista em seguros da Case Consulting.

Recrutar profissionais adequados para empresas de seguros exige experiência na área e conhecimento dos deta-



Pósitron lança rastreador com alarme integrado

A Pósitron, líder nacional no segmento de alarmes para automóveis, lançou o novo Rastreador Pósitron. O grande destaque é a versatilidade do produto, que atenderá agora às necessidades do público automotivo e de caminhões, oferecendo diversas inovações tecnológicas. De acordo com a empresa, o novo rastreador é o único do mercado que possui alarme integrado.

O lançamento do novo rastreador está alinhado com a estratégia da empresa em oferecer produtos com sofisticação tecnológica e que atendam as necessidades do mercado em relação à segurança veicular. "O mercado possui um grande potencial de expansão, pois existe uma necessidade tanto de pessoas como de empresas protegerem seus bens materiais, além da sua própria segurança. Nosso intuito é trabalhar, justamente, para satisfazer os desejos e necessidades dos nossos clientes e do mercado", diz Fábio Olyntho Gerente de vendas e marketing.

O produto foi desenvolvido para que o usuário possa ter o total controle do veículo, rastreando-o pela internet ou pelo celular. Possui funções que apontam com precisão o "status"



do veículo rastreado em todo o território brasileiro, 24 horas por dia, por meio de tecnologias de ponta como o Alarme Integrado, o Sistema de Posicionamento Global (GPS) e a tecnologia celular (GPRS).

Além disso, o novo rastreador possui diversas opções de funcionalidade que possibilitam ao usuário "personalizar" o rastreamento dos seus veículos, de acordo com suas necessidades.

O usuário controla seu carro de onde estiver, delimitando sua rota ou suspendendo seu funcionamento. A informação, atualizada minuto a minuto, é enviada via rede de telefonia celular GSM/GPRS, especialmente projetada para transmissão de dados. As posições são disponibilizadas na Internet e na Central de Operações da Pósitron. Endereço do site: www.rastreadorpositron.com.br.

Mondial Assistance Brasil oferece serviço inédito

Seguindo a estratégia de antecipar soluções no mercado mundial, a Mondial Assistance inova mais uma vez, com o lançamento de um serviço inédito no mercado brasileiro: o monitoramento online da assistência 24 horas.

Baseada no uso da tecnologia SMS via celular, essa inovação permitirá ao usuário que solicitar um serviço de reboque, conhecer a placa do veículo que irá lhe atender e acompanhar a sua localização e velocidade de deslocamento passo a passo.

Assim que aciona a Central de Assistência 24 horas, o usuário recebe uma mensagem com os primeiros detalhes sobre o serviço solicitado. A partir daí,

ele recebe informações periódicas atualizadas e se quiser, poderá solicitar novas informações em intervalos menores, através de mensagens SMS.

Segundo Dan Assouline, presidente da companhia, essa evolução só foi possível após a implantação do sistema GPS em mais de 200 guinchos nos grandes centros urbanos, permitindo uma redução de tempo médio de chegada ao local do usuário para 21 minutos. "Assim, a Mondial Assistance mostra sua preocupação em atender cada vez melhor e mais rapidamente, permitindo que os clientes finais sintam-se mais seguros naqueles momentos de stress quando seus veículos encontram-se com algum

defeito ou acidentados. Os maiores beneficiários dessa inovação são, sem dúvida, os clientes corporativos, que agregam cada vez mais valor aos seus produtos e serviços", diz.

A Mondial Assistance Brasil é líder mundial em Assistência 24 horas, e conta no Brasil com 1.087 funcionários que atendem a ocorrências em qualquer lugar do País e do mundo, em colaboração com uma rede de mais de 40.000 prestadores selecionados. Anualmente, 14 milhões de usuários, ou cerca de 8% da população brasileira, se beneficiam dos serviços da empresa que tem um grau de satisfação de 97,97% apurado pela companhia.

Novo pacote da Equifax auxilia empresa na prospecção, classificação de risco de crédito

A nova linha de serviços integrados da Equifax para as áreas de Marketing e Vendas auxilia profissionais na prospecção, classificação de risco de crédito da carteira de clientes e enriquecimento da base de dados. O lançamento aconteceu em fevereiro no Hotel Renaissance, em São Paulo, reunindo clientes e prospects da Equifax dos mais diversos setores da economia.

O conjunto de ferramentas da Equifax reúne produtos como Prescreening, Target e Target Consumer, Data Plus e Análise Pessoa Jurídica e Física, em um só pacote, direcionando ações específicas para os setores de Marketing e Vendas. Com banco de dados e oferta de soluções integradas, a Equifax possibilita ao mercado dispor de dados atualizados para atuar em novos negócios e também sobre transações em andamento.

Segundo Max Basile, vice-presidente de Marketing e Produtos, a experiência acumulada da Equifax, com presença no Brasil há mais de 30 anos e atuação no mercado internacional há mais de 100 anos, garante base para o desenvolvimento de soluções inteligentes que fortaleçam as áreas de Marketing e Vendas das companhias.

As ferramentas Target e Target Consumer, esta última inédita no mercado, analisam os perfis de empresas e consumido-

res, identificam potenciais clientes-alvos com perfis semelhantes aos já reunidos na carteira e propõem rapidamente no-



vos prospects atraentes para os negócios, visando assim ampliar a participação da companhia no mercado. O Target utiliza variáveis como porte, ramo de atividade, quantidade de funcionários e região para encontrar um público-alvo.

Também em lançamento, a solução Prescreening, permite te pré-qualificação mais exata do potencial financeiro do cliente, pode ser adotada para auxiliar no cálculo do limite de crédito e oferta de produtos, desenvolvimento de novas estratégias para grupos ou mercados que ofereçam alto risco e tomada de

decisões de forma automatizada. Entre outras vantagens da solução, oferece a possibilidade de processamento de score com análise de CPF.

Já a ferramenta Análise pode ser aplicada tanto pela área comercial da empresa quanto de crédito. A solução classifica as empresas em níveis de riscos. Tem foco em prospects e clientes inativos, sendo importante instrumento para aprimorar campanhas de marketing direto e reduzir os custos com visitas, ações de telemarketing e mala direta. O produto ajuda a estabelecer foco para as equipes de vendas no contato com empresas de maiores portes e menores riscos, propondo aumento do número de transações comerciais positivas com mais rapidez e segurança.

Para promover a atualização e o enriquecimento das bases de dados de pessoas físicas e jurídicas, o conjunto de ferramentas da Equifax destaca o produto DataPlus, criado exclusivamente para agilizar os processos de prospecção e cobrança das empresas. O produto destaca maior retorno das campanhas de Marketing e Vendas, redução de custos no contato com clientes potenciais e aumenta eficiência nas ações de cobrança. O conjunto de ferramentas pode ser acessado na Internet: www.equifax.com.br.

Solução oferece mobilidade e agilidade aos corretores na hora da cotação de apólices



Cotar diversas companhias, atender clientes em real time e aumentar a prospecção de clientes para o mercado de seguros e planos de previdência privada é a proposta da solução InfoSEP. A solução da InfoSERVER foi lançada durante a Cebit- Hannover 2006, maior feira de Tecnologia da Informação do Mundo e possibilita que corretores de seguros simulem cotações e enviem aos clientes instantaneamente. De acordo com a empresa, o produto garante a seguran-

ça no tráfego de dados por dispositivos móveis para todos os tipos de apólices, como de veículos automotores, residências, empresariais e pessoais.

A solução funciona a partir de celulares com mínimos recursos através de SMS chegando até modelos que comportem aplicações instaladas disponíveis no mercado, a solução habilitada para funcionar em plataformas Microsoft, Symbian, J2EE e Black Berry, contribui para a interatividade do negócio.

Seguro Ambiental: avanço acompanhará a crescente exigência pela responsabilidade do meio ambiente em todo mundo

Por Leonardo Pessoa

Veja o cenário atual. Começa haver um aumento da consciência ambiental por parte dos empresários em grande parte do mundo. As empresas dedicam mais investimento na preservação do meio ambiente, pressionadas pela evolução nas leis e pela defesa do bom uso dos recursos naturais pelas Organizações Não Governamentais (ONGs), além de vivenciarem processos de fusões e aquisições e aumento da fiscalização dos órgãos regulatórios. Agora, imagine o futuro com todas essas situações e obrigações mais rígidas. É exatamente esse o quadro mundial quando se fala na importância do Seguro Ambiental.

O autor do livro "Uma Introdução ao Seguro de Responsabilidade Civil Poluição Ambiental" e diretor técnico e jurídi-

co da Münchener do Brasil, Walter Polido, por exemplo, diz que as exigências por este "novo" produto são emergentes e não há como esperar mais. "Certamente o Brasil deverá se alinhar ao novo contexto, pois este tipo de seguro está cada vez mais atrelado às exigências de projetos com financiamentos internacionais". Também as instituições financeiras vêm sendo questionadas sobre a eventual co-responsabilidade em casos de acidentes envolvendo o meio ambiente e relacionados a projetos financiados por elas. "Agregam-se ao mesmo questionamento os fundos de pensões, cooperativas e outras entidades afins que concedem empréstimos", diz.

Na avaliação de Polido, todos os países têm problemas nessa área de seguro e nenhum deles opera tran-

quilamente em tal segmento. Contudo, o mercado mundial já concorda que o 'instituto da responsabilidade civil' não é mais suficiente para abraçar este segmento, que a supera completamente. "O Brasil, vanguardista na legislação ambiental, incluindo a Constituição Federal de 1988, inova sempre e a jurisprudência pátria já adota conceitos amplos, tal como na questão do 'dano moral ambiental'. O 'Direito Ambiental' se destaca a cada dia e já se pode afirmar que constitui disciplina autônoma, como bem sinaliza. O princípio 'poluidor-pagador' é inquestionável e tem sido aplicado sistematicamente na legislação nacional e mundial. A questão ambiental não tem fronteiras. Ela é global, por excelência", complementa.

Expertise internacional

Única seguradora no País a oferecer um produto exclusivo para os danos ambientais, a Unibanco AIG em pouco mais de um ano, fechou 8 contratos com grandes indústrias instaladas em regiões brasileiras. Segundo Luiz Nagamini, gerente do produto Seguro Ambiental, dentre as empresas seguradas estão indústrias metalúrgicas, petrolíferas, e editoras, entre outras. Mas o potencial, segundo a empresa, é tão extenso quanto o parque industrial nacional, com empresas de todos os portes que tenham na sua operação riscos ambientais. O Seguro Ambiental da Unibanco AIG foi lançado em outubro de 2004, como opção ao empresariado brasileiro. "O AIG tem quase dois terços do market share

do Seguro Ambiental no mundo, que revela seu forte domínio neste segmento. Nós então tropicalizamos o produto, fazendo as adequações à legislação brasileira e temos uma expectativa de um crescimento progressivo do produto nos próximos anos", afirma Nagamini. A empresa, na avaliação do executivo, pretende consolidar o Seguro Ambiental no Brasil amparada na maior preocupação da indústria em relação às questões ambientais. "Cresce no País a atenção com a política de governança corporativa, com balanços devidamente publicados, além do ambiente legal no Brasil que tem se tornado muito mais maduro, e responsabilizando as irregularidades ambientais, que no passado."



Luiz Nagamini, Gerente do Produto da Unibanco AIG

Produto

Diferentemente de outras seguradoras que oferecem o produto de Responsabilidade Civil na qual haja a poluição de origem súbita gradual - ou seja, apresenta mais de 72 horas ininterruptas de condições causadoras de poluição ou contaminação, o produto da Unibanco cobre danos ambientais

de qualquer origem, afirma a empresa. Possui danos pré-existentes, como as conseqüências de uma poluição forem mais do que a estimada. Além de cobrir a parte de terceiros (como a vizinhança de uma fábrica), ele também cobre os lucros cessantes, caso a empresa seja interdita por conta de um prejuízo am-

biental. "O AIG é líder de mercado em Seguro Ambiental nos Estados Unidos, com 60% de participação do mercado, com um volume de US\$ 1,3 bilhões de prêmio emitido. E fora de lá, a AIG detém 70% desse segmento, o que representa um volume de US\$ 200 milhões em prêmios", complementa.

Meio Ambiente aprova seguro obrigatório para barragens

A Comissão de Meio Ambiente e Desenvolvimento Sustentável aprovou no dia 8 o substitutivo apresentado pelo relator, deputado Paulo Baltazar (PSB-RJ), ao Projeto de Lei 4038/04, da deputada Ann Pontes (PMDB-PA), que obriga a empresa construtora a contratar seguro contra o rompimento de barragem. O projeto que segue para as comissões de Finanças e Tributação; e de Constituição e Justiça, conforme a Agência Câmara, cria o seguro obrigatório para barragens de cursos de água cujo rompimento possa provocar inundação de áreas habitadas ou em que haja atividade econômica. Barragens destinadas à

contenção de rejeitos industriais e de esgotos sanitários, que, em caso de rompimento, possam provocar poluição ou contaminação do solo ou de aquíferos também ficam sujeitas à cobertura obrigatória. O relator argumenta que "o controle da operação das barragens não poderá ser alcançado se a adoção de medidas preventivas com esse fim não forem exigidas durante a elaboração do projeto e a implantação da obra".

A Resolução 237/97, do Conselho Nacional do Meio Ambiente (Conama), inclui a construção de barragem como um dos empreendimentos sujeitos a licenciamento ambiental. Da mesma for-

ma, assegura o deputado, a renovação da licença de operação deverá ser vinculada à implantação e à manutenção dessas medidas.

O parlamentar também propõe estender a obrigatoriedade de contratação do seguro a todas as barragens de rejeitos que acumulem resíduos tóxicos, e não somente às destinadas à contenção de rejeitos industriais. Além disso, em sua opinião, "o seguro deverá cobrir não somente os danos causados ao patrimônio e à vida das pessoas, mas também os prejuízos ambientais, de forma a possibilitar a recuperação das áreas naturais eventualmente degradadas".

JOGO RÁPIDO



Mario Mantovani, diretor de mobilização da Fundação SOS Mata Atlântica, fala sobre a situação dos remanescentes da mata nacional e dos avanços recentes na questão ambiental.

Seguro Total: Qual a situação da Mata Atlântica hoje no País?

Mantovani: A falta de uma política florestal nacional, a prática de queimadas para a criação de novas áreas para pastagem, a exploração indevida e desordenada dos recursos naturais, entre outros fatores, além do crescimento da atividade econômica no País, vem promovendo uma verdadeira devastação. De uma área original superior a 1,3 milhão de km² distribuída ao longo de 17 estados brasileiros, resta hoje apenas 7,3% desse total. Hoje, somente 605 municípios dos 5500 possuem parte dessa Mata preservada. Isso coloca a Mata Atlântica em péssima posição de destaque, como um dos conjuntos de ecossistemas mais ameaçados de extinção do mundo.

Seguro Total: Qual a situação do projeto de lei da Mata Atlântica?

Mantovani: Depois de 13 anos de tramitação no Congresso, o Projeto de Lei da Mata Atlântica foi aprovado pelo Senado Federal em 14 de fevereiro. Ele agora volta para a Câmara dos Deputados para que sejam aprovadas as novas emendas. Esperamos poder comemorar o Dia da Mata Atlântica deste ano (27 de maio) com o Projeto aprovado.

Seguro Total: O que mudará, a partir de agora, com a aprovação do projeto de lei da Mata Atlântica? Trata-se de um grande avanço para essa luta ambiental?

Mantovani: Essa legislação vai assegurar a proteção da Mata Atlântica e definir critérios sustentáveis para o bioma. Ao longo de toda a discussão, ela foi regularizada de estado em estado, com estágios sucessivos.



ITI reúne indústria de software para estimular mercado de certificação

Fabricantes e novos fornecedores de produtos e soluções em Certificação Digital estiveram reunidos no dia 10 de março em São Paulo, com o Instituto Nacional de Tecnologia da Informação (ITI) para discutir as modificações no sistema de homologação das empresas neste mercado. Durante o encontro, Maurício Coelho, diretor de Infra-estrut



tura de chaves públicas do Instituto, disse que os ajustes realizados após outros encontros realizados no ano passado, se adequaram ao crescimento da utiliza-

ção de smart-cards, tokens e leitoras no País. "Em fevereiro soltamos novo release par avaliar se as alterações estavam em conformidade e operar com mais regularidade", afirma. Por parte da indústria, o avanço da discussão e a abertura de ambas as partes - governo e empresas - refletirá diretamente no desenvolvimento da Certificação Digital. Ainda para os empresários presentes, o entrosamento pode ser visto como um bom exemplo de PPP, Parceria Público-Privada. Além da ITI, também representada por seu diretor-presidente, Renato da Silveira Martini, estiveram na reunião Marcelo Knorich, professor doutor da USP, Dimi-



tri Dibi e Fernando Souza, diretores da Axalto, Gustavo Correa, consultor técnico da Gemplus, Kleber Freitas, engenheiro de sistemas da Aladdin, Volnys Bernal e Adilson Hira, da Associação do Laboratório de Sistemas Integráveis Tecnológico, Paulo Vianna, gerente de negócios da SafeNet, Robson Alves, analista de suporte da Gemplus, Margô Alice Neff de Ávila, gerente comercial da Perto SA, Fábio Leto e Sérgio Seigui, da área de desenvolvimento da GD Burti.

tri Dibi e Fernando Souza, diretores da Axalto, Gustavo Correa, consultor técnico da Gemplus, Kleber Freitas, engenheiro de sistemas da Aladdin, Volnys Bernal e Adilson Hira, da Associação do Laboratório de Sistemas Integráveis Tecnológico, Paulo Vianna, gerente de negócios da SafeNet, Robson Alves, analista de suporte da Gemplus, Margô Alice Neff de Ávila, gerente comercial da Perto SA, Fábio Leto e Sérgio Seigui, da área de desenvolvimento da GD Burti.

Alteração no Código Civil disciplina utilização de meios eletrônicos em atos processuais

A expansão do uso da Certificação Digital no País continua em pleno vapor. A Lei nº 11.280, publicada no dia 17 de fevereiro, alterou 10 artigos do Código de Processo Civil e incluiu o parágrafo único no artigo 154. Segundo o texto, agora os tribunais podem disciplinar a utilização de meios eletrônicos nos atos processuais. E para garantir a autenticidade, integridade, validade jurídica e a interoperabilidade, devem ser usados os certificados emitidos na cadeia da Infra-estrutura de Chaves Públicas Brasileira (ICP-Brasil). Manuel Matos, presidente da Câmara e-net, diz que a alteração do dispositivo é importante por se tratar de um arcabouço normativo para que a ICP-Brasil, um infra-estrutura plenamente operacional há mais de quatro anos, possa ser amplamente utilizada no processo de modernização do judiciário. "Já há vários exemplos do uso da ICP-Brasil no Judiciário brasilei-

ros", diz. Um deles, segundo Matos, é o do Tribunal Superior do Trabalho (TST), que, em junho de 2005, regulamentou o e-Doc (sistema que permite o envio eletrônico de documentos assinados digitalmente referentes aos processos que tramitam nas Varas do Trabalho dos 24 Tribunais do Trabalho e no TST, através da Internet, sem a necessidade da apresentação posterior dos documentos originais). A lei entra em vigor em 90 dias.

ro", diz. Um deles, segundo Matos, é o do Tribunal Superior do Trabalho (TST), que, em junho de 2005, regulamentou o e-Doc (sistema que permite o envio eletrônico de documentos assinados digitalmente referentes aos processos que tramitam nas Varas do Trabalho dos 24 Tribunais do Trabalho e no TST, através da Internet, sem a necessidade da apresentação posterior dos documentos originais). A lei entra em vigor em 90 dias.

ANAPP ganha agilidade com novo sistema da MCN Technology & Consulting

A partir de abril, um novo sistema de troca de informações entra no ar com o objetivo de agilizar e automatizar os processos de envio de informações na Associação Nacional de Previdência Privada (ANAPP). A solução desenvolvida pela MCN Technology & Consulting resolveu o problema encontrado pela entidade, que registra crescimento expressivo de transações de portabilidade de reservas, em decorrência da expansão dos planos de previdência privada complementar no País.

De acordo com a MCN, o SIDE (Sistema para Intercâmbio de Documentos Eletrônicos), permite a troca de mensagens entre as entidades associadas à ANAPP, controla as transferências entre as entidades através de um processo de apuração de totais e contabiliza as transações trocadas entre as entidades. O sistema possibilita ainda a integração direta com os legados das seguradoras, além de oferecer a opção de troca de mensagens através de um Portal de Serviços. "Com isso, a entidade e as seguradoras ganham na agilização do processamento do ter-



mo de portabilidade e na garantia do cumprimento dos prazos legais, estipulados pela Susep", diz Mário Nogueira (foto), diretor geral da empresa. Segundo ele, o sistema também não descuida da segurança nessa troca de informações. "Todos os documentos eletrônicos envolvidos no processo de portabilidade serão assinados e certificados digitalmente", esclarece.

Antecipando a entrada da Resolução Normativa 114, que trata da Troca de Informações em Saúde Suplementar (TISS) da Agência Nacional de Saúde (ANS), a MCN também desenvolveu um sistema customizado para atender as exigências do órgão, semelhante ao da ANAPP, que irá permitir o intercâmbio de informações entre prestadores e operadoras de saúde. De acordo com a empresa, o produto já está configurado e começa a ser apresentado às empresas do setor. "Amparados nessa plataforma de negócios de mensageria, a empresa planeja que 25% do seu faturamento seja proveniente dessas soluções em curto prazo", diz Nogueira.

Novas soluções, leis e parcerias alavancam a Certificação Digital no País

A recente projeção da Consultoria IDC Brasil, apresentada em março, mostra que o faturamento do mercado local de TI registrará um crescimento médio anual de mais de 17% em dólares entre 2005 e 2010. Somente o segmento de soluções de segurança da informação, abrangendo hardware, software e serviços, deverá superar os US\$ 850 milhões no País no final desta década. O desafio de garantir segurança e disponibilidade de seus dados abre um leque de oportunidades para as empresas que oferecem soluções em Certificação Digital.

Presidência nomeia novos membros do Comitê da ICP-Brasil

No dia 16 de fevereiro, o governo brasileiro anunciou os novos membros do Comitê Gestor da ICP-Brasil. Além de representantes do Ministério da Fazenda, do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, da Ciência e Tecnologia, há representantes da sociedade civil como Manuel Matos, presidente da Câmara e-net e Leoncio de Arruda, presidente do Sincor-SP.

Detran-MG adota Certificação no Sistema de Controle de Habilitação

A tecnologia de Certificação Digital vem sendo utilizada em Minas Gerais para autenticar o acesso dos CFCs - Centros de Formação de Condutores (Auto-Escolas) ao site DetranNet. As auto-escolas utilizam este serviço para cadastrar os certificados dos cursos de formação de candidatos e de condutores (renovação, adição ou mudança de categoria), bem como para o agendamento de exames teóricos e técnicos.

Das 2 mil auto-escolas do estado, estima-se que 1.153 já tenham adota-

do a Certificação Digital. Os frotistas, empresas com grande volume de veículos, também são usuários do Detran-Net no módulo emplacamento (CRLV), e precisam se certificar para ter acesso ao site. Os certificados são emitidos e validados pela PRODEMGE e contam com a tecnologia da CertiSign, autoridade certificadora homologada pela ICP-Brasil. O uso do certificado digital para os frotistas já está liberado para locadoras de veículos, empresas de transporte de carga e passageiros,

e para carros novos zero km.

"No Detran-MG, contamos com um volume médio de 90 mil carteiras de habilitação emitidas por mês. A adoção da Certificação Digital justifica-se pela agilidade e, sobretudo, autenticidade que confere a todo o processo", diz Maurício Azeredo Dias Costa, diretor-presidente da PRODEMGE. A próxima etapa será oferecer os certificados para as 98 clínicas credenciadas no estado atualizarem os exames médicos e psicotécnicos.

por Fábio Leto Biolo



Fábio Leto Biolo, executivo de vendas – segurança digital da GD Burti
E-mail: fabio.letto@gdburti.com.br

Multi-Aplicação com uso da Certificação Digital

Muitas informações que encontramos hoje nas mídias citam massificar o uso a Certificação Digital como forma de garantir a inclusão social, e conseqüentemente, reduzir os custos do certificado digital e hardware envolvidos no processo de geração do mesmo, tanto no caso de tokens quanto nos smart-cards.

Com uma grande escala de utilização desta tecnologia poderemos alcançar a disseminação do uso como um ótimo exemplo que já vivenciamos, que ocorreu no caso do transporte público.

Atualmente grandes cidades brasileiras adotaram o smart-card como padrão de bilhetagem eletrônica, reduzindo os custos da tecnologia envolvida (cartões, leitores e sistemas embarcados). No caso do uso da Certificação Digital, o processo é bem mais complexo devido a inúmeras formas de uso. Mas a população em si não tem a real idéia do poder que essa novidade possui, muitas vezes sub-utilizando a tecnologia que impacta profundamente na adoção do certificado digital no nosso dia-a-dia.

Existem muitos trabalhos para inserção de novas funcionalidades dentro de um mesmo token ou cartão, como, por exemplo, uso do certificado em conjunto com um chip de cartão de crédito padrão EMV ou em conjunto com o celular padrão

GSM. Porém, todas estas funcionalidades são mais difíceis de serem implementadas em um curto espaço de tempo, sendo que atualmente nosso e-CPF ou e-CNPJ emitidos por uma Autoridade Certificadora padrão ICP-Brasil nos abre um leque de utilização com sistemas e ferramentas que são de uso diário em nossas organizações. É o caso do envio e recebimento de e-mails, acesso seguro à Internet, acesso remoto, entre outras utilizações que muitas empresas já possuem.

Somente então com transferência de conhecimento e tempo para configurar essas ferramentas podemos aumentar a segurança de nossos dados transacionados de nossas empresas, aproveitando o que já possuímos. Conseqüentemente, diluindo o valor de um investimento inicial e justificando a adoção ou up-grade para novas tecnologias, como por exemplo, a autenticação biométrica.

Resumindo, para que o profissional de TI das empresas possa justificar o uso da Certificação Digital e o custo inicial da adoção da tecnologia, é necessário inicialmente encontrar dentro da sua empresa todas as ferramentas que poderiam ser integradas. Assim, justifica melhor o uso dessa poderosa arma contra o acesso indevido.

A adoção do smart-card como padrão de bilhetagem eletrônica no transporte público é um bom exemplo de disseminação da tecnologia, diz o executivo

Certificação Digital, arma letal contra a burocracia

Se você já começou a fazer as contas do quanto economizará ao adotar certificados digitais, sobretudo no processo de emissão das apólices, ainda não viu nada. Certificados ICP-Brasil já são bem-vindos em diversos ambientes, a começar pela Receita Federal, onde há aplicações disponíveis como o e-CAC (antigo Receita 222), área do site da Receita



que utiliza certificados A3 para entrega e acompanhamento de sua declaração de imposto de renda. Na verdade no e-CAC (Centro Virtual de Atendimento ao Contribuinte), o cidadão pode acessar um amplo conjunto de serviços de casa ou do escritório, pela Internet, mediante o uso do certificado digital, pois ele garante a segurança e integridade das transações efetua-

das e das informações trafegadas. O e-CAC funciona 24 horas por dia, sete dias da semana, e visa proporcionar mais comodidade ao contribuinte, sem deslocamento e enfrentamento de filas, ampliando de forma significativa o tempo disponível para seu atendimento.

Com a tecnologia da Certificação Digital, o corretor de seguros se beneficiará de uma enorme economia de tempo, reduzirá os custos das propostas, terá menos movimento de papel, além de usufruir de mais segurança nas operações.

Token, mídia ideal para o certificado

Está em dúvida sobre a mídia que deverá armazenar seu certificado? Procure responder às seguintes perguntas para ajudar a sua escolha:

- Que nível de robustez física você espera de um cofre? Lembre-se que a mídia é um dispositivo de segurança que deve ser resistente e durável, pois irá guardar sua identidade digital, e com ela você vai efetuar diversas transações importantes

- durante pelo menos um ano, mas que deve durar muito mais do que isso;

- O desempenho da mídia atenderá à sua demanda por velocidade? Lembre-se que os tokens são em média sete vezes mais rápidos do que os smart cards, o que pode ser um fator decisivo se você tiver que assinar muitos documentos

- Que outras funcionalidades você espera agregar à mídia depois de elegê-la como guardiã do seu certificado? Usá-la como chave de acesso ao seu banco na internet?

Como dispositivo de acesso à rede da sua empresa?

Saiba que tokens usam a conexão USB do seu micro como "leitora", o que é padrão de indústria desde 1998. Por que adquirir (mais) uma leitora, se você já tem uma? Ao contrário dos smart cards, que permitem muitos tipos de personalização, como logotipos, nomes de usuário, números de identificação, etc., os tokens são naturalmente anônimos, como convém a qualquer chave de segurança.



SafeNet

Alameda Tocantins, 280
Barueri - SP - 06455-020
+55 11 4208-7700 tel /fax
<http://br.safenet-inc.com>

por Luiz Marins



É professor, antropólogo, um dos mais renomados palestrantes do Brasil, proprietário da Anthropol Consulting secretaria@anthropos.com.br

Bendito vírus

Um grande líder, ao terminar uma visita a uma empresa, pediu para reunir os funcionários e disse-lhes: Parabéns! Vocês foram contaminados pelo vírus da excelência!

Tudo nessa empresa era bem feito. Quase perfeito! Os produtos eram de impecável qualidade. A limpeza era primorosa. As pessoas sabiam o que fazer e faziam bem. Até o café servido era um espresso de ótima qualidade. Num painel logo na entrada da empresa havia dezenas de cartas de clientes, carregadas de elogios. A empresa tinha sido contaminada pelo vírus da excelência!

De fato é impressionante como há empresas e pessoas que parecem ter sido contaminadas pelo vírus da excelência. Fazem tudo com sentimento de perfeição, com comprometimento, atenção aos detalhes e "follow-up" imediato. E todas as pessoas que trabalham numa empresa contaminada por esse vírus sentem-se mal quando alguma coisa não excede os padrões normais de qualidade. Não basta ter qualidade. É preciso exceder, ser excelente!

A palavra excelência vem de *excellere* (latim) *ex* = além, acima, + *cellere* = alto, torre. Uma pessoa ou coisa excelente é aquela que é ou está acima ou além dos limites comuns.

E o vírus da excelência é benigno. Ele atrai ao invés de repelir; ele soma e multiplica ao invés de subtrair e dividir. O vírus da excelência aumenta a autoestima e, como num círculo virtuoso, torna as pessoas inconformadas com a baixa qualidade.

Procure prestar atenção em empresas, marcas, pessoas que foram contaminadas pelo vírus da excelência. Você as conhece?

Há pessoas e empresas que nos deixam a impressão de terem sido contaminadas pelo vírus da excelência e que nos dão total segurança. Aquela marca de automóvel, aquele médico, aquele dentista, aquele professor, aquele militar, aquele restaurante – tudo o que fazem é com sentimento de perfeição.

E a verdade é que pessoas contaminadas por esse vírus contaminam outras. E, rapidamente, o vírus se espalha e toda a empresa, ou organização em que trabalham, fica contaminada e a excelência passa a tomar conta de tudo e de todos, trazendo como consequência um incrível sucesso.

Acredite: o vírus da excelência é o único vírus que, em vez de nos prejudicar ou matar, nos salva e fortifica. Deixe-se contaminar!

Pense nisso. Sucesso!

“Não basta ter qualidade. É preciso exceder, ser excelente!”

**Faça seu seguro com
corretor de seguros.**



**Ele conhece o
melhor caminho.**

Você não procura um profissional de saúde para construir sua casa, como também não vai a uma construtora para fazer exames. Assim, para obter atendimento qualificado e informações precisas, procure o profissional que pode oferecer mais a você. É seguro!

**SEGURO...
SÓ COM CORRETOR
DE SEGUROS.**

FENACOR
30 ANOS

**Nem tudo em uma
empresa de capitalização
tem a ver com sorte.
Bradesco Capitalização,
pela 2ª vez certificada
com a NBR ISO 9001:2000.**



A Bradesco Capitalização recebeu novamente a certificação NBR ISO 9001:2000. É o reconhecimento internacional do que milhares de brasileiros já aprovaram: o nosso compromisso com o aperfeiçoamento contínuo de produtos e serviços. Se você já tem um Pé Quente Bradesco, pode comemorar. Se ainda não tem, esse é mais um motivo para acreditar na sua sorte. E na nossa qualidade.



**Bradesco
Capitalização**