

REVISTA

Ano VII
Nº 67 - 2006
RS 10,00

SEGURO TOTAL



**sofistica atendimento
ao cliente no Brasil**



Dan Assouline, presidente da empresa

Serviços: mercado avança e lança soluções

Previdência Privada: construindo o futuro da população brasileira

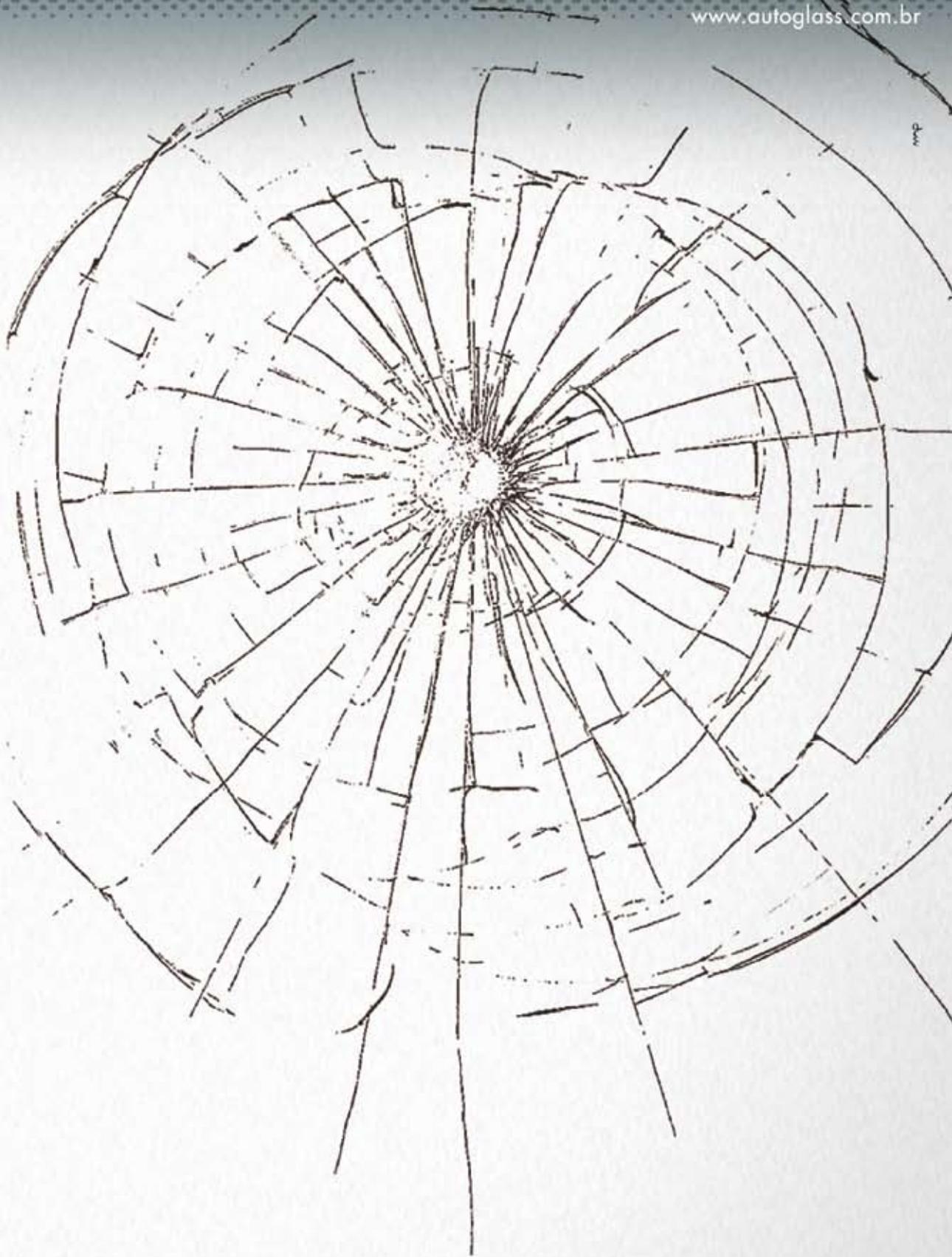
SEMPRE INCLUA A PROTEÇÃO AUTOGLASS* EXTENSIVA AOS RETROVISORES. REFLETINDO, SEU CLIENTE VAI VER COMO É IMPORTANTE.

POR QUE AUTOGLASS?

- Porque só ela tem o maior e mais completo estoque de vidros nacionais e importados do País.
- Aplicação exclusiva de adesivos Dow, o mesmo utilizado pelas grandes montadoras.
- Serviço Autoglass Express 7 dias por semana.**
- Abertura de atendimento via chat ou ligação gratuita (0800).
- Autorização de serviço via SMS.
- Consulta do status de atendimento via site.

* Consulte a cia. seguradora sobre disponibilidade deste produto.

** Consulte cidades disponíveis.



QUEBROU, TRINCOU?
TUDO BEM SE O SEU CLIENTE TEM COBERTURA AUTOGLASS.



Editorial

Caros leitores,

Preparamos para esta edição uma matéria especial sobre as empresas que fornecem serviços para o mercado de seguros, diante da ampliação desses negócios no Brasil. É o caso da Mondial Assistance, que figura em nossa capa. A empresa diz que investe na inovação, de olho no que o consumidor e as seguradoras esperam. Nessa mesma linha, algumas companhias ampliam os investimentos em alguns serviços a corretores e, principalmente, ao seguro brasileiro.

Outra matéria traça o cenário atual do mercado de previdência privada no País, em relação ao deficitário sistema previdenciário social.

A edição 67 apresenta ainda duas entrevistas exclusivas e a cobertura de diversos eventos que a **Revista Seguro Total** fez durante os meses de outubro e início de novembro.

No final da Revista, acompanhe as observações feitas pelo presidente da AIDA, Sergio Barroso de Mello, a cerca da sua participação no evento da entidade, realizado na Argentina.

Boa leitura!

Sumário

ENTREVISTA

Robert Bittar, presidente da Funenseg..... 10

Ariovaldo Bracco, presidente da Acoplan 14

ESPECIAL

Serviços..... 16

EVENTOS

APTS: Marketing em Seguros 28

Clube dos Corretores 36

Premiações 41

ARTIGO

Sergio Barroso de Mello, presidente da AIDA 45



Capa

Mondial sofisticado atendimento ao cliente no Brasil

Páginas 30 a 33

EXPEDIENTE

REVISTA **SEGURO** TOTAL

Edição Nº 67 - Ano VII

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

Designer Gráfico

Cleber Fabiano Francisco

Webdesigner

Neide Silva Nascimento

neide@revistasegurototal.com.br

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.planetaseguro.com.br
seguro-total@uol.com.br

O setor de seguros e o desenvolvimento econômico

Por Luiz Carlos Trabuco Cappi
26/10/2006

O setor de seguros e previdência é primordial para a economia. Sua atividade está associada a conceitos positivos, como prover a proteção patrimonial das famílias e empresas, zelar pela saúde das pessoas e o poder de compra no período da aposentadoria. A sociedade toda se beneficia, pois o seguro fomenta a poupança de longo prazo necessária para financiar o crescimento econômico do país.

Esse cenário foi reiterado durante nossa participação no recente Congresso dos Corretores de Seguros (12º Conec), realizado em outubro, em São Paulo, pelo Sincor-SP. O evento reuniu 4 mil corretores de seguros, mostrando mais uma vez que se trata de categoria profissional organizada, interessada e altamente especializada na tarefa de distribuir o produto para a população.

Em eventos similares realizados no país, pelas várias categorias ligadas ao setor, o otimismo se repete: o seguro é fundamental para o bom funcionamento da economia moderna, é um parceiro de todas as horas para os indivíduos e tem grande potencial de expansão.

Há sugestões para aperfeiçoamentos que confirmem essa expectativa. A estrutura tributária do setor, por exemplo, merece ser observada para eventuais ajustes, até para permitir o aumento dos participantes, como aconteceu com o seguro de vida, que teve eliminado a incidência do Imposto sobre Operações Financeiras (IOF). Algumas alíquotas são evidentemente excessivas e os tributos, inadequados, o que dificulta o acesso da população de menor renda.

É ampla a gama de propostas e idéias para que o setor se desenvolva. Uma das mais apropriadas seria a criação de entidades nacionais organizadas por segmento de negócio. Essa providência dará foco, com federações específicas para cada seguro: automóvel, vida, previdência complementar, saúde e ramos elementares. Todas as entidades se aglutinariam, depois, em uma fortalecida Confederação Nacional de Seguros.

É importante pelo efeito modernizador, e para viabilizar a sinergia com stakeholders, notadamente corretores e clientes. O mercado já adota alguns mecanismos práticos, como o serviço de Ouvidoria das companhias. A preocupação com programas de treinamento avançado é outro exemplo. O objetivo do setor, com isso, é discutir temas contemporâneos que desafiam.

Queremos saber, por exemplo, qual o impacto da longevidade da população sobre nossa atividade. Como devemos lidar com esse fenômeno? Quais são seus limites? Outro assunto obrigatório são as novas epidemias. São casos isolados ou devemos encontrar meios de prever novas ocorrências? Por outro lado, a ciência avança rápida e devemos estar atualizados às descobertas.

Discutir essas questões é obrigatório para quem pensa no seguro como setor vital para inserir o Brasil aos padrões competitivos da economia global. O seguro existe há 500 anos, mas tornou-se um fenômeno do século XX. E será a indústria de maior crescimento no século XXI. A razão é simples. A história da economia moderna jamais registrou período tão fértil de acontecimentos não previsíveis, fora das estatísticas, que reverberam de forma acelerada ao redor do planeta. Este é um século de insegurança e volatilidades, no qual se assiste à multiplicação de catástrofes provocadas pela mão ou imperícia humana, amplificadas pela tecnologia da informação.

O 11 de setembro, o tsunami, os prejuízos decorrentes do desequilíbrio climático, a violência das grandes cidades, os ataques terroristas, a sucessão de guerras localizadas, mas simultâneas, são situações novas, sobre os quais devemos refletir.

Previdência, segurança e saúde são cada vez mais presentes na expectativa da população e exigem aportes de capital público

Ademais, o Estado reconhece a perspectiva de implosão dos tradicionais modelos estatísticos para prover o bem-estar social dos cidadãos. A saúde, a previdência, a segurança, são necessidades cada vez mais presentes na expectativa das pessoas e, também, cada vez mais onerosos e que exigem aportes crescentes de dinheiro público, que é artigo escasso.

Em meio a esse cenário, o ramo segurador brasileiro apresenta enorme potencial. O setor é pró-cíclico, isto é, vai bem quando a economia vai bem; vai mal quando a economia vai mal. A partir desse conceito básico, seria ilustrativo e conveniente analisar seu comportamento no processo de estabilização da economia.

A primeira fase da estabilização, de 1994 a 2001, fez com que o seguro saísse de uma participação de 1% para 3% do PIB, como resultado da moeda forte, economia estável e um novo arcabouço legal de respeito aos contratos vigentes.

Iniciamos a segunda fase em 2002 e estamos no meio dela. Fatores positivos adicionais podem ser considerados: menor vulnerabilidade externa, com o ajuste das contas externas; expansão do crédito; e melhora na distribuição de renda. Há, ainda, maior interesse do capital estrangeiro no segmento. No ano passado, foram investidos mais de US\$ 1 bilhão. Outra novidade é a abertura de capital de empresas tradicionais.

As expectativas sobre como sairemos dessa segunda fase ensejam dúvidas, o que é natural. O que temos certo é que o crescimento do setor é inevitável. Este ano está em 18,4%, ante um PIB de 3%. No ano passado crescemos 10%. Nossas estimativas apontam para o encerramento desse segundo ciclo em 2008, com nossa participação na economia passando dos atuais 3,5% do PIB, para algo como 5%.

Estaremos iniciando, então, a terceira fase do processo iniciado em 1994. Será um período de transição entre a consolidação da estabilização econômica e uma etapa duradoura de crescimento e distribuição de renda, com o Brasil conquistando o investment grade, taxa de juros de país desenvolvido, afluxo abundante de capitais externos de investimento, emprego para todos e avanço tecnológico. Na seqüência, maior consumo de seguros. Nossa projeção é chegar a deter 8% do PIB, igualando-nos aos países desenvolvidos.

É esse o parâmetro pelo qual devemos nortear nossas estratégias e modelos de negócio. Por isso é imperativo que trabalhem desde já na construção de um perfil institucional moderno, atualizado aos conceitos avançados de governança corporativa. É, repito, trabalho que aparelhará o setor de forma a não ser surpreendido quando chegar o momento de dar o salto para patamares superiores.

Nossa tarefa agora é devolver ao seguro essa condição de precursor da modernidade. Seu crescimento implicará em uma vida de maior conforto e previsibilidade às pessoas, além de estabilidade e planejamento para as empresas. Para o Brasil, uma fonte inesgotável de recursos de longo prazo para financiar os investimentos necessários ao desenvolvimento social e econômico.

Luiz Carlos Trabuco Cappi é presidente do Grupo Bradesco de Seguros e Previdência e vice-presidente do Banco Bradesco, membro do Conselho da Federação Nacional das Empresas de Seguros Privados (Fenaseg) e vice-presidente do Instituto de Estudos de Saúde Suplementar (IESS).

Artigo publicado na edição de 26/10/2006 do jornal Valor Econômico.

www.bradescoseguros.com.br



“É imperativo que trabalhem desde já na construção de um perfil institucional moderno.”



Bradesco Seguros e Previdência

Campanha inédita

A Royal & SunAlliance Seguros acaba de lançar uma campanha de incentivo para corretores, focada em produtos de transportes internacionais. É a primeira vez que uma seguradora faz uma campanha abordando apenas um segmento de produtos, e faz parte da estratégia da empresa em ampliar seu portfólio de serviços. A iniciativa vai até junho do ano que vem, e prevê a entrega de prêmios mensais para os corretores. No final da ação, será entregue um automóvel Fox para o vencedor, além de uma TV de LCD e um computador. Um hotsite na Internet explica o regulamento e dá outras informações: www.royalsun.com.br.

Saúde: mudanças no mercado

A Porto Seguro – Seguro Saúde S/A, controlada indireta da Porto Seguro S/A, obteve em 24 de outubro da ANS – Agência Nacional de Saúde Suplementar, autorização para venda de sua carteira de apólices de Seguro Saúde de clientes individuais à Amil Assistência Médica Internacional Ltda. “Desde 2001 não comercializávamos mais o seguro de saúde individual, portanto, essa venda permite direcionar esforços, mantendo nosso foco para o saúde empresarial” informa Mário Urbinati, diretor de relações com investidores e vice-presidente da Porto Seguro. A Porto informa que durante o mês de novembro, todos os clientes transferidos à Amil serão comunicados e receberão orientação sobre a continuidade do atendimento.

No final de setembro, a OdontoPrev anunciou a compra da DentalCorp, fortalecendo assim sua presença no mer-

Investimento no futuro

Patrona do projeto Vivenda da Criança (SP), a ACE Seguros foi responsável pela doação de 80% do custo total das obras, de R\$ 400 mil. O local possui mais de 500 m2 de área construída, com salas de aula, biblioteca, refeitório e estrutura para lazer, práticas esportivas e outras atividades. Em outubro, a companhia fez novo aporte para contribuir com a complementação da educação formal das 150 crianças atendidas, de 7 a 15 anos.



Personalidade Empresarial

O presidente do Grupo Bradesco de Seguros e Previdência, Luiz Carlos Trabuco Cappi, foi escolhido “Personalidade Empresarial de Seguros” pela Associação dos Dirigentes de Vendas e Marketing do Brasil (ADVB). A premiação destaca publicamente o trabalho dos empreendedores e políticos, que mais tenham contribuído para a articulação e desenvolvimento do País durante o ano. A cerimônia da entrega do prêmio será no dia 07 de dezembro, no Rio de Janeiro.

Reforço que vem de fora



O mercado de seguros vai ganhar um nome de peso, a partir de 1º de janeiro de 2007. A economista Maria Silvia Bastos Marques, que já foi presidente da CSN (Companhia Siderúrgica Nacional) assumirá a presidência da Icatu Hartford, cargo atualmente ocupado por Marcos Falcão, e encara o novo segmento de atuação como um desafio. Após quatro anos à frente da empresa, o executivo passará a dirigir

o Comitê de Desenvolvimento Estratégico da companhia, criado pelo Conselho de Administração. Ela chega para ajudar a empresa a atingir suas metas de dobrar o valor nos próximos cinco anos.



Da esquerda para a direita: deputado Beto Albuquerque; deputado Luiz Carlos Hauly (relator do projeto); Armando Vergílio dos Santos Jr., presidente da Fenacor; deputado Herculano Anghinetti; e deputado Jovair Arantes.

MAIS NEGÓCIOS E MENOS IMPOSTOS PARA OS CORRETORES DE SEGUROS.



O vice da Fenacor, Roberto Barbosa, conversou com o presidente Lula sobre reivindicações dos corretores.

O COMITÊ POLÍTICO DA FENACOR TRABALHOU DIA E NOITE, A CÂMARA APROVOU O PROJETO E, AGORA, FALTA MUITO POUCO PARA QUE AS EMPRESAS CORRETORAS DE SEGUROS SEJAM INCLUÍDAS NO SIMPLES.



Deputado Beto Albuquerque; Dorival de Souza; Celso Marini; Artur Hoff; e deputado Herculano Anghinetti.

Repercussão no Congresso:

Deputado Luiz Carlos Hauly, relator do projeto:

"Nunca, na minha vida parlamentar, fui tão pressionado quanto agora. É elogiável a ação do Comitê Político da Fenacor".

Deputado Beto Albuquerque:

"A atuação da Fenacor, do seu presidente, do Comitê Político foi decisiva e incansável, dia após dia. Aqui no Congresso, no Ministério da Fazenda, na Presidência da República. Quero Homenagear a Fenacor por esse trabalho".

Deputado Herculano Anghinetti:

"Quero cumprimentar a Fenacor e o Comitê Político pelo brilhante trabalho desenvolvido aqui no Congresso e junto ao Governo".

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

FENACOR
30 ANOS

Moody's divulga estudo sobre o mercado de seguros no Brasil

Pela primeira vez, o Brasil ganhou um relatório feito pela Moody's Investors Service com a perspectiva para o mercado segurador. O documento, produzido por Alan Murray, foi feito em português e inglês, e é acompanhado do Suplemento Estatístico, contendo perfis financeiros de 115 seguradoras gerais e de vida e previdência brasileiras ativas, bem como das 15 empresas de capitalização. Segundo o relatório, "o mercado segurador brasileiro é bem desenvolvido, com forte presença das seguradoras afiliadas a bancos no seg-

mento de seguros de vida e previdência complementar e crescimento da presença internacional em partes do segmento de seguros gerais - notoriamente nas grandes contas corporativas e linhas especiais. A evolução do IRB já foi iniciada e deverá resultar em alterações fundamentais na estrutura do mercado e nas estratégias competitivas e de subscrições das seguradoras. Entretanto, as companhias locais mantêm sólida presença de mercado nos segmentos de seguros pessoais e para pequenos negócios, particularmente através da



distribuição de plataformas de corretores independentes". Mais informações no site da Agência: www.moody's.com.br.

Gestão de Pessoas: reconhecimento

A Tokio Marine recebeu pelo terceiro ano consecutivo o prêmio Valor e Carreira, como uma das melhores empresas na gestão de pessoas. A Hay Group, uma consultoria especializada na aplicação de práticas e metodologias de Recursos Humanos, fez o ma-

peamento completo da estrutura organizacional de cada empresa para que a distribuição dos questionários levasse em conta seis grandes quesitos: processos, estilo de liderança, direcionamento da empresa, qualidade de vida, credibilidade e motivação.

Cultura Caiçara

O Prêmio Brasileiro de Excelência Gráfica Fernando Pini, principal reconhecimento à indústria gráfica brasileira, concedido pela Associação Brasileira da Indústria Gráfica (Abigraf) e a Associação Brasileira de Tecnologia Gráfica (ABTG), divulgou a relação de finalistas de 2006. Entre eles, figura o livro "Dias de Caiçara", que concorre como "Agenda Carglass 2006". O projeto foi patrocinado pela Carglass, que continuará patrocinando projetos ligados à cultura caiçara: o próximo versará sobre sua gastronomia.

Inovação 1: serviços

A Itau Seguros lançou uma promoção para quem adquirir o Seguro Residencial Itau até dezembro de 2006. Além dos serviços de Assistência Residencial Itau, os novos segurados terão à disposição serviços diferenciados como conserto e locação de eletrodomésticos e eletroeletrônicos, serviços de fixação de quadros, instalação de cortinas, prateleiras e olho mágico, mudança de móveis de ambientes na residência segurada, locação de caçamba, etc. Todos os serviços promocionais estarão disponíveis durante toda a vigência dos seguros contratados e renovados até 12/06.

Inovação 2: capitalização

A Bradesco Capitalização acaba de lançar dois novos produtos: o Pé Quente Bradesco SOS Mata Atlântica Empresas e Corporate e o Pé Quente Bradesco GP Ayrton Senna Empresas e Corporate. Os novos títulos têm pagamento único de R\$ 10 mil, oferecem a chance de participar de sorteios com prêmios mensais de R\$ 100 mil e revertem parte do valor arrecadado para a Fundação SOS Mata Atlântica e Instituto Ayrton Senna.

Inovação 3: seguro

A partir de pesquisa realizada com empresários do segmento, a Porto Seguro inovou e lançou um produto para atender estabelecimentos do ramo alimentício. O produto cobre tanto o patrimônio físico como aos funcionários e clientes de bares, restaurantes, padarias, pizzarias, choperias e salões de buffet. Uma das novidades é a indenização em caso de contaminação e deterioração de mercados em ambientes refrigerados, RC no fornecimento de alimentos e bebidas, entre outros. Com este produto, a companhia mira 1 milhão de estabelecimentos, segundo dados da Federação Nacional de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares.

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.



101 anos de atuação no mercado mundial.

30 anos de atuação no mercado nacional.



Associada ao
TRDSTWUK GROEP
Europa, USA, Asia,
Austrália e África
ASSET VALUATION
SERVICES, INC - USA

ENGEVAL®
ENGENHARIA DE AVALIAÇÕES



Rua Jesuíno Arruda, 769 - 3º/7º/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.arcalaudis.com>

Funenseg amplia intercâmbio internacional e aproxima o segmento

Robert Bittar, presidente da Escola Nacional de Seguros (Funenseg), fala à Revista Seguro Total sobre as principais realizações da instituição, e seu constante trabalho para fortalecer o mercado de seguros no Brasil.



Revista Seguro Total: Quais foram as principais realizações esse ano? Como a Funenseg tem investido na formação técnica dos profissionais que atuam no mercado?

Bittar: Na área de Ensino, sem dúvida, a principal realização em 2006 foi o início do Curso Superior de Administração com Ênfase em Seguros e Previdência. O trabalho havia sido iniciado antes, mas somente agora tornou-se realidade e foi coroado de êxito, com o ingresso dos primeiros 40 alunos. Por enquanto a graduação só está sendo oferecida no Rio de Janeiro, onde já estão previstas mais duas turmas no ano que vem, uma em cada semestre. Mas posso antecipar que demos entrada com o pedido junto ao MEC (Ministério da Educação), no sentido de obter autorização para levar o curso a São Paulo, provavelmente no segundo semestre de 2007.

Revista Seguro Total: Mas há também ações em outras frentes?

Bittar: Estamos atuando fortemente em eventos e parcerias internacionais. Na primeira, ampliamos de forma signifi-

cativa a oferta de palestras, seminários e workshops em todo o País, inclusive em cidades onde a Escola não possui representação. O objetivo desses encontros é promover amplo debate sobre as questões mais prementes sobre seguros, dando origem a idéias e soluções que contribuam para o desenvolvimento do setor. Além disso, democratizamos informações sobre seguro e garantimos seu poder de capilaridade. Um evento que merece menção especial é o Seminário Internacional de Resseguro, que irá acontecer no dia 23 de novembro, em São Paulo. Convidamos representantes dos mercados de seguros da Colômbia, México e Índia, nações com cultura e economia similares às brasileiras, para contarem como foi o processo de abertura do resseguro em seus países. A idéia é preparar nossos profissionais para um cenário desconhecido, que deve se apresentar em breve.

Na área de parcerias internacionais, assinamos dois novos importantes convênios: com a Empresa Nacional de Seguros e Resseguros de Angola (ENSA), no início do ano; e com a Ecole Nationale

d'Assurance, (ENASS), de Paris, em setembro. Os dois são acordos de cooperação técnica, que podem originar cursos, eventos, tradução de livros, intercâmbio de tecnologia educacional, entre outras atividades. Já ministramos dois cursos na área de Automóveis, para 26 técnicos da ENSA. No caso da ENASS, mesmo sendo muito recente, a parceria já rendeu frutos. Nosso diretor de Ensino e Produtos, Nelson Le Cocq, participou como palestrante de um fórum internacional em Paris, em setembro. Ele também iniciou negociações com executivos da instituição francesa para criação de cursos voltados a gestores de empresas de seguros. Funcionará como um intercâmbio entre profissionais brasileiros e da união européia.

Revista Seguro Total: Sua gestão é marcada por aproximar todos os segmentos da indústria nacional do seguro. Qual seu objetivo com isso?

Bittar: Somos a escola responsável pela formação, capacitação e constante aprimoramento dos profissionais do setor. Temos uma missão nobre, de proporção na-



***"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***

Entrevista

cional, que é a de elevar a qualidade dos serviços prestados pelo setor através da educação. Conseqüentemente, estamos dando nossa valiosa contribuição para o crescimento da indústria do seguro. Para isso, buscamos sempre o diálogo, com todos os segmentos do mercado, para que possamos identificar suas reais necessidades de treinamento e ofertar produtos educacionais absolutamente afinados. Entendemos que esse processo deva ser o mais democrático possível, sem qualquer distinção.

Além disso, pregamos uma aproximação de todos os setores que compõem a nossa indústria, pois acreditamos que, somente através de uma soma de esforços, será possível implementar mudanças estruturais a fim de alavancar o crescimento do setor. A sociedade precisa ver a nossa atividade, a instituição seguro, de forma positiva. E isso só acontecerá se oferecermos a ela produtos e serviços com qualidade, transparência e ética. A melhoria da imagem institucional tem que ser um trabalho ininterrupto e exige a participação de todos.

Algumas das principais realizações implementadas foram o início do Curso Superior de Administração com Ênfase em Seguros e Previdência, o Programa de Certificação Técnica, a intensificação do processo de internacionalização com parcerias e a ampliação do investimento na área de Pesquisa.

Revista Seguro Total: e a certificação técnica, como está?

Quanto ao Programa de Certifica-

ção Técnica, continuamos atendendo às empresas seguradoras através de cursos presenciais – abertos e fechados – e de exames. Desde outubro de 2005, quando o programa foi implantado, já certificamos cerca de 4.500 profissionais.

A área de Pesquisa é responsável pe-

“... é fundamental termos uma visão internacionalizada da nossa atuação, pois fatos que acontecem em outros países e continentes impactam diretamente os nossos negócios.”

Robert Bittar

lo Programa de Apoio à Pesquisa, que concede bolsas a universitários que estiverem elaborando teses de mestrado e doutorado sobre seguros. O benefício é garantido através de parceria com universidades como a PUC-RJ e a USP, entre outras. Além do programa, a área também desenvolve e coordena pesquisas acadêmicas e mercadológicas, solicitadas por entidades e empresas do setor. Elas geram informações estratégicas que ajudam a nortear importantes atividades e decisões de seguradoras, corretoras, sindicatos e demais entidades. Um bom exemplo são os estudos sobre nichos de seguro inexplorados. As informações são levantadas por estado, junto a três entidades, a Fundação Getúlio

Vargas (FGV), o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) e a Fundação Centro de Informações e Dados do Rio de Janeiro (CIDE). Após tabuladas, elas são apresentadas em seminários de acordo com cada localidade. Até o momento cinco praças já sediaram o evento, Rio de Janeiro, São Paulo, Distrito Federal, Goiás e Espírito Santo. Estamos trabalhando para disponibilizar esse material ao maior número possível de Unidades da Federação.

Revista Seguro Total: As citadas parcerias internacionais com a Escola de Seguros francesa e Ecole Nationale d'Assurance (ENASS) podem ajudar ao nosso mercado. De que forma?

Bittar: As entidades se comprometem a desenvolver ações diversas, como realização de cursos, de eventos, intercâmbio de profissionais, tradução de livros e material didático, entre outras. Em um mundo com a economia cada vez mais globalizada, é fundamental termos uma visão internacionalizada da nossa atuação, pois fatos que acontecem em outros países e continentes impactam diretamente os nossos negócios. E na área de educação essa tendência se confirma. Através dessas parcerias, a Escola oferece aos profissionais brasileiros uma oportunidade para estarem permanentemente atualizados com o que há de mais moderno em ensino do seguro no mundo. Além do resultado prático do intercâmbio, estas parcerias têm um efeito paralelo, que é a aproximação dos mercados e a identificação de simetrias e oportunidades.

CLÍNICA LUCHETTI

**Especializada em Massagem
Convênio com o Sincor-SP.**

Tabela exclusiva com descontos especiais para corretores individuais ou em grupo.

Massagem para coluna, Massagem Terapêutica de R\$ 120,00, por R\$ 45,00.

Drenagem Linfática, pacote com 10 seções: de R\$ 288,00 por R\$ 250,00.

R.P.G. (Reeducação Postural Global), de R\$ 100,00 por R\$ 53,00.

Valores especiais para: Fisioterapia, Ginástica Laboral, Quick Massagem (expressa em empresas, lojas, comércio e eventos). Ginástica posturais, laborais para terceira idade

35 anos de atividades

A Yasuda está sempre trabalhando para facilitar o seu trabalho.



Chegou o Top Transportes Yasuda.

O seguro ágil e fácil de gerenciar.



Subsidiária de uma das maiores seguradoras do Japão e do mundo, a Yasuda Seguros está presente há 47 anos no Brasil. Nessa jornada se tornou tradição em solidez, bom atendimento e excelência nos serviços prestados. E agora traz para o mercado o seguro Top Transportes Yasuda. Nele, através de sistemas integrados e exclusivos via internet, corretores e segurados terão a disposição uma série de ferramentas e facilidades para acompanhar e gerenciar seus seguros de transportes. É mais confiança na relação com os clientes, e mais tempo para sua corretora fazer novos negócios.

Algumas vantagens do Top Transportes Yasuda para sua corretora:

- Melhora de seus processos de trabalho
- Redução das despesas administrativas
- Maior satisfação dos clientes
- Fidelização dos seus clientes

S.A.C:

Grande São Paulo: 3886-1300 - Outras localidades: 08000-131516

www.yasuda.com.br



TRANSPORTE INTERNACIONAL: Processo SUSEP nº 10.00 2884 / 01-18 TRANSPORTE NACIONAL: Processo SUSEP nº 10.00 2885 / 01-81
"O registro deste plano na Susep não implica, por parte da Autarquia, incentivo ou recomendação a sua comercialização."



SOMPO JAPAN - A Yasuda Seguros é subsidiária da Sompo Japan Insurance Inc., uma das maiores seguradoras do Japão e do mundo.

Amadurecimento do mercado de saúde exige novo profissional, diz Ariovaldo Bracco, presidente da Acoplan

Nesta entrevista, ele fala sobre o trabalho da entidade paulista em colocar os corretores de planos de saúde no mesmo patamar dos corretores de seguros. A Acoplan possui 500 empresas associadas, que contabilizam cerca de 50 mil profissionais autônomos e físicos no Estado de São Paulo.

Seguro Total: Como o senhor analisa o atual mercado dos planos de saúde e como a Acoplan (Associação dos Corretores de Planos de Saúde e Odontológicos de SP) vem trabalhando para sofisticar o vendedor desses produtos no Brasil?

Bracco: No passado, esse mercado era extremamente especialista, e as empresas tinham suas equipes próprias de vendas. Agora, estão adotando um novo modelo com a terceirização dessas equipes, pois perceberam a necessidade de se investir na profissionalização desse segmento. Elas descobriram que o corretor do passado, chamado de pastinha, necessita de capacitação. O amadurecimento do mercado exige um novo profissional. E é aí que a

Acoplan entra. Estou falando que cada corretor de plano de saúde e odontologia deve fazer um curso de aperfeiçoamento na entidade que o qualifique e receba uma carteira que sirva como selo de qualidade, e o coloque no mesmo patamar que o corretor de seguros já se encontra.

Seguro Total: Temos ouvido o sr. falar que acabou o amadorismo no setor. Contudo, muitos profissionais acreditam ter total domínio sobre os produtos e serviços oferecidos. Qual a opinião da sociedade sobre o corretor desses planos?

Bracco: O corretor hoje não é um especialista em saúde, é um generalista quando se fala em saúde. Mas é um profissional em que o cliente acredita, e é isso que tem feito as operadoras se atrair por esta categoria. Um bom exemplo foi o Conec, que reuniu 8 operadoras da área de saúde.

Seguro Total: A Acoplan tem trabalhado ainda para a regulamentação desses profissionais que atuam com planos de saúde e odontologia. Como essa bandeira tem sido defendida?

Bracco: Existe um projeto no Rio de Janeiro, estado que já possui também um Sindicato dos corretores de planos de saúde. Aqui em São Paulo, o processo

está avançando. A documentação está em Brasília e caminha no sentido do que a ANS (Agência Nacional de Saúde Suplementar) preconiza, ou seja, a busca pela profissionalização. Diria que há uma certa antecipação para que a ANS não faça na área da comercialização o que ela fez com as operadoras. Quer dizer, engessar o mercado.

Seguro Total: E em relação às operadoras, as migrações de carteira e abertura de capital, como o sr. analisa essas transações?

Bracco: A última grande novidade que tivemos foi a compra da carteira individual da Porto, pela Amil Saúde. Isso mostra nitidamente que este é um segmento para quem tem expertise. É um mercado bastante diferente dos produtos financeiros. E nesse caso, especificamente, avalio um detalhe importante das operadoras. Elas têm investido fortemente na rede própria, e com isso, conseguem administrar muito bem os seus clientes. No passado, falar em rede própria soava pejorativo. Hoje não. As empresas investem em hospitais de alto nível, com recursos de primeiro mundo. Além disso, a Medial Saúde foi buscar recursos na Bolsa, já comprou um hospital no Distrito Federal, e já afirmou que parte desse recurso é para ampliação da rede própria, criação de novos setores médicos, aquisição ou construção de hospitais.



FAZ BEM ATÉ PARA A SAÚDE DO CORRETOR.

A Omint oferece os melhores médicos, dentistas, laboratórios e hospitais. Sem complicação para seu cliente. E, portanto, sem complicação para você. Ofereça Omint. Um plano que evita stress e dores de cabeça.



[11] 2132 4221 www.omint.com.br

Saúde em todos os planos.

Mercado brasileiro vive intensa evolução nos serviços que integram o segmento de seguros

por Aline Brandi e Leonardo Pessoa

Muito além da produtividade e aumento da segurança que podem oferecer, as empresas fornecedoras de serviços são consideradas fortes aliadas dos participantes do mercado de seguros, previdência, capitalização e saúde. Depois de desenvolverem soluções inovadoras que agregam valor aos produtos desses segmentos, sua participação se tornou ainda mais importante. Alguns serviços chegam até a influenciar consumidores na hora de escolher por uma determinada marca. Caso, por exemplo, do Seguro de Automóvel e Residencial, que agregam serviços para se diferenciarem e fidelizarem seus segurados.

Nesta matéria especial, você vai conhecer novidades desse mercado, suas estratégias diferenciadas traçadas por essas empresas, e também alguns cases de seguradoras. Observe alguns exemplos de redução de custos e maior eficiência na gestão dos negócios.

Tracker do Brasil lança no mercado opção para monitoramento de veículos

A Tracker do Brasil, representante exclusiva da tecnologia LoJack no País, agregará mais uma opção à sua carteira de produtos.

O Tracker Monitor Plus é o mais novo sistema lançado pela empresa para o monitoramento com foco no rastreamento em caso de roubo ou furto. Através deste sistema, a Tracker do Brasil une a eficácia da radiofrequência à tecnologia GPS/GPRS para o monitoramento de veículos. "O Tracker Monitor Plus será disponibilizado ao mercado a um custo competitivo, e com isso poderá auxiliar os clientes que necessitam desta aplicação e que não podem arcar com os altos custos oferecidos", diz Mario Jorge Pereira, Vice-Presidente Comercial da Tracker do Brasil.

Como vantagem, o sistema destaca-se por permitir que o cliente customize sua operação, e que monitore o seu veículo 24 horas por dia, em todo território nacional, obtendo informações cartográficas e de mapas digitais detalhados, reproduzindo avenidas, ruas e rodovias de todo o País, a todo



Mario Jorge Pereira

o momento que desejar.

De acordo com a empresa, o Tracker Monitor Plus permite ao usuário realizar o monitoramento básico do seu veículo ou frota através da Internet. Pela web, o usuário poderá visualizar a posição atual e um histórico com as últimas posições do veículo, além de informações adicionais.

O acesso à estas informações é efetuado através da nova página web da Tracker do Brasil (www.trackerdo-brasil.com.br). Recentemente a empresa reformulou seu site, disponibilizando aos seus clientes um acesso de fácil navegação, com modernidade, atratividade e interação. Logo na página principal, o cliente acessará uma área restrita que o direcionará para um sistema de monitoramento veicular.

Em caso de roubo ou furto do veículo, o proprietário deve acionar imediatamente a Central de Aviso através do telefone: 0800 77 AVISO e informar o evento. Após esta comunicação, o Comando de Operações aciona remotamente o sinal e envia uma equipe de pronta resposta para a localização do veículo. Ao encontrar, a equipe aciona a polícia que faz a apreensão do veículo.

Aliado ao monitoramento, o Tracker Monitor Plus agrega tranquilidade e segurança ao cliente através da radiofrequência, permitindo o rastreamento e a localização de veículos em caso de roubo ou furto, sem a obstrução de sinal ou áreas de sombra, funcionando inclusive em lugares fechados como túneis, garagens e subsolos.

Segundo a empresa, o Tracker Monitor Plus chega ao mercado para unir-se aos produtos já oferecidos pela Tracker do Brasil, como a tecnologia LoJack, líder mundial em rastreamento e localização de veículos e o Tracker Máquina, dispositivo fabricado para suportar temperaturas extremas, poeira e trepidação, ideal para instalação em maquinários pesados do agronegócio, construção civil, mineração e serviço público, entre outras atividades.

Representante exclusiva da tecnologia LoJack, a Tracker do Brasil, pertence ao Tracker VSR Group, criado há mais de 10 anos e que hoje atua em 14 países da América Latina e Europa. No País, a Tracker do Brasil, possui mais de 220.000 clientes e conta com estrutura própria de atendimento em todo o território nacional.



De olho na evolução do consumidor brasileiro

A Amil Assistência Médica, com 1 milhão e 900 mil vidas seguradas, ampliou as opções de compras de seus planos para a população brasileira. Atenta aos avanços dos consumidores, que buscam cada vez mais informações na Internet, e optam, em alguns momentos, pela comodidade de fechar negócios na frente do computador, a operadora já disponibiliza a compra on-line, desde outubro. Segundo a empresa, ela é a úni-



Anselmo Martins

ca operadora que oferece a vantagem. "E essa novidade no mercado nacional também vai contribuir com os corretores de seguros, que terão mais facilidade para fazer a compra para seu cliente", diz Anselmo Martins, gerente da Amil. A operadora informa que a compra on-line não retira a comissão dos corretores, pois quando o beneficiário confirma a contratação, ele indica o código do profissional que intermediou a transação.

Com o foco bem direcionado ao que o consumidor brasileiro espera, a Amil identificou como estratégica a parceria com os corretores de seguros. "Essa relação fica cada vez mais intensa, e isso acontece por meio da nossa participação nos principais eventos do setor, como no Conec, palestras no meio securitário", diz. Segundo ele, embora recente, a produção atual da operadora é 100% feita pelo canal corretor.

O executivo afirma ainda que a em-

presa investe fortemente para fortalecer sua atuação em São Paulo, Curitiba, Brasília e Ceará. "No Rio, já temos uma presença bastante forte. De cada 10 planos de saúde, 7 são do grupo Amil", conta. E fala que o segmento odontológico voltou a ter total representatividade dentro dos negócios Amil. "A operadora foi uma das primeiras a lançar um plano odontológico, mas é agora que estamos intensificando esse segmento". A carteira de planos odontológicos da Amil, conforme o executivo, deve triplicar em 3 a 5 anos.

Rastreamento com VOIP atrai mercado

Recém-lançado, o rastreador com VOIP da Teletrim Monitoramento – divisão da Teletrim Telecom – começa a despertar o interesse do mercado nacional, por ser o primeiro serviço de rastreamento integrado à tecnologia de Voz sobre IP do Brasil. Com ele, a economia gerada pelo serviço pode chegar a 50% para ligações DDD. José Melo, diretor-executivo da empresa, afirma que mais de 10 clientes já estão testando a tecnologia, e interagindo a todo o tempo sobre as novas possibilidades trazidas com o lançamento. "Por se tratar de uma tecnologia nova, estamos recebendo muitos questionamentos, sobre qual seria a redução do custo. Informamos que o valor é fixo para qualquer lugar do Brasil e exterior. Fazemos a divulgação do produto através da Internet, e caso o cliente se interesse, nossa equipe



José Melo

comercial vai até o local e explica como funciona". Segundo ele, o programa fica com o cliente por 30 dias para os testes.

Outro novo produto da Teletrim Telecom tem foco nas pessoas físicas que utilizam a Internet e clientes corporativos. O trim VOIP é um programa para acesso de linha discada (computador a computador por meio da Internet). A empresa informa que além de economizar nas ligações, o usuário possui opções como discagem manual, mensagens via chat, lista de contatos, entre outros. "Esse lançamento vem de encontro com o que as pessoas e corporações buscam ao utilizar os serviços de Internet, facilitando a comunicação e eliminando drasticamente os altos custos com ligações internas, quanto estrangeiras", diz.

Infocar desenvolve produto exclusivo para seguradoras

Desenvolvido para auxiliar seguradoras na análise e gerenciamento de riscos nas propostas de seguros, o InfoRisco começa a despertar o interesse de empresas no mercado nacional. Disponibilizando informações relevantes e fidedignas para adequada aceitação e precificação de riscos o objetivo é oferecer economia através da redução do índice de sinistralidade. Um índice que tem despertado interesse alarmado às seguradoras é que 25% dos itens informados para análise do InfoRisco, contém restrições relevantes para a tomada de decisão sobre a aceitação de risco. "Os maiores índices de restrições ocorrem por problemas de CNH (Carteira Nacional de Habilitação), pendências judiciais e administrativas dos automóveis, e restrições criminais de pessoas", conta Luiz Pedroso, gerente operacional da empresa, que atua no segmento há 19 anos.

Segundo ele, o InfoRisco foi lançado há 8 meses e já é utilizado pela Alfa Seguradora, Marítima Seguros e Pamcary. "O sistema avalia as informações



localizado

Onde tem essa marca, tem proteção

Quando se trata de proteger seu patrimônio, você precisa do melhor. A Teletrím Monitoramento é uma das maiores empresas de sistemas de proteção de veículos do Brasil e sempre se destacou pela qualidade que oferece em seus produtos e serviços. Por isso, na hora de recomendar o melhor sistema de bloqueio, localização e rastreamento de veículos, recomende Teletrím e fique tranquilo. A segurança está nesta marca.



Marca de qualidade na proteção de veículos



Luiz Pedroso

históricas do proponente do seguro, de veículos e de cargas”, explica. Operacionalmente, a seguradora envia um lote com as informações necessárias como o nome, CPF e data de nascimento do pretendo segurado. Sobre o veículo, são solicitados a marca, modelo, placa e chassi. “Praticamente, todo o trabalho é feito por robôs que pesquisam e buscam as informações. Em uma outra etapa, a área de tecnologia separa os dados por módulos, prepara e envia um arquivo com os resultados da forma determinada pela seguradora”. Ainda a respeito de veículos, são pesquisados os agregados (com informações do Denatran), além de analisar a procedência do automóvel em bancos de dados exclusivos como CRV e CRVL (DUT – Documento Único de Transferência), que avalia se houve ocorrências ou se o mesmo foi leiloado, por exemplo.

Pedroso ressalta que o produto é inovador. “Para o gerenciamento de risco em Transporte já possuímos informações sobre cargas, além de termos alguns outros módulos que podem ser utilizados também neste segmento, uma novidade para o setor”, afirma.

Delphos cria empresa de assistência 24 horas

Uma nova empresa chega ao disputado mercado de assistência 24 horas, mas com um nome bastante conhecido. Trata-se da Delphos 24 horas – As-

sistência a Pessoas e Bens, até então o serviço da Delphos Serviços Técnicos. Tal iniciativa deve-se ao crescimento dessa área na empresa. “Foi assim com a atividade de engenharia em 2002 e de consultoria, em 2003, que deram origem à Delphos Engenharia e à Delphos Consultoria, respectivamente. No caso da assistência 24 horas, 70% dos clientes são de fora do mercado de seguros. Da frota de 1 milhão e 300 mil veículos assistidos, menos de 300 mil são de seguradoras. Esse foi o sinal de que era hora da atividade tornar-se independente da Delphos”, explica José América Peon de Sá, presidente da Delphos.

A nova empresa, conforme ele,



José América Peon de Sá

consolida a sua participação neste mercado e intensifica sua atuação em nichos fora do segmento de seguro. Para isso, está instalando uma nova Central de Atendimento que possui características inovadoras, agregando valor à prestação de serviços da nova empresa. “A partir do momento que a nova central estiver em operação, as seguradoras poderão acompanhar, em tempo real, o atendimento que o operador está dando ao seu segurado”.

A nova empresa estima que até o final de 2007, a carteira de assistência 24 horas ultrapasse a marca de 2 milhões e meio de veículos, quase o dobro do número atual, que é de 1 milhão e 300. A Delphos 24 horas As-

sistência a Pessoas e Bens, continuará sob o comando da atual superintendente dessa área, Beatriz Cavalcante.

Europ Assistance desembarca em São Paulo com moderno Call Center

De acordo com projeções da Europ Assistance, o Brasil é o País que registrará o maior crescimento dos serviços de assistência 24 horas em função da alta demanda até 2010. De olho nesse mercado, a empresa anunciou em 18 de outubro a mudança de sua sede do Rio de Janeiro para São Paulo (Alphaville), além da ampliação de suas operações, com investimento superior a R\$ 7 milhões. Segundo a empresa, a nova sede tem o mais moderno call center entre as 34 filiais do grupo no mundo, com equipamentos de telecomunicação e armazenamento de dados de última geração. Tudo isto significa que a nova operação terá a capacidade de realizar cerca de 1 milhão de atendimentos por ano, enquanto que no Rio, que será mantido, esse número ficava em 200 mil.

A empresa comunicou que toda a tecnologia a ser implementada será 100% VOIP (Internet). “Precisávamos nos aproximar fisicamente dos nossos clientes. Acreditamos que com a mudança física e com o inédito padrão tecnológico que estamos a implantar, vamos ganhar mais espaço no mercado de assistência 24 horas”, diz Nuno David, diretor geral da Europ Assistance.



Nuno David

Com a nova central em plena atividade, a previsão é de que o faturamento da Europ Assistance no Brasil atinja R\$ 130 milhões até 2010, quase o dobro de 2005. Para este ano, segundo Nuno David, diretor geral da empresa, a expectativa é alcançar um faturamento de R\$ 83 milhões.

USS lança Centro de Controle Operacional

A USS Serviços de Assistência também apresenta uma novidade no mercado. A empresa lançou o Centro de Controle Operacional (CCO), inovação tecnológica desenvolvida para garantir a execução da assistência – reboque e socorro mecânico – com maior qualidade, em tempo satisfatório e oferecendo mais conforto ao segurado.



Demonstração do CCO

A companhia utiliza a tecnologia GPS (Global Positioning System) para rastrear seus prestadores de serviços e, combinando com a base de dados dos Correios, do Maplink e com o Google Map estabelece o percurso mais eficiente para atendimento do segurado. “Quando o segurado liga para o 0800, solicitando o socorro, fazemos imediatamente a localização dele pelo CEP e pelo mapa, traçamos um raio de 7 quilômetros e localizamos o nosso prestador de serviços mais próximo. Em seguida, acionamos o reboque e monitoramos real time o trajeto dele até o segurado por meio do contato visual que temos através da tela do computador. Enquan-

to isto, informamos ao segurado a posição do reboque, em quanto tempo ele chegará ao local, a placa e o nome do motorista que irá atendê-lo”, explica o superintendente de Operações da USS, Rafael Romanini.

O executivo informa que o CCO entrou em operação em junho, em São Paulo e no Rio de Janeiro, e agora também está sendo utilizado em Recife, Curitiba, Porto Alegre e Belo Horizonte. A meta da companhia é estender o serviço para Goiânia, Brasília, Ribeirão Preto, Fortaleza e Natal.

Kiman Solutions quer lançar ações na Bolsa até 2010

“Temos um projeto de crescimento expressivo e muito audacioso. Nosso objetivo é que, em 2010, possamos oferecer em bolsa as ações da empresa. Meu trabalho se inicia pelo fortalecimento da área financeira com a adoção de uma solução de outsourcing das áreas de apoio, com a introdução de uma poderosa ferramenta de gestão. Este será um ingrediente fundamental para a implantação da Governança Corporativa que junto com o meu conhecimento do mercado financeiro e de capitais vai ajudar no crescimento sustentado da Kiman”, afirma Cláudia Pavani, nova sócia da empresa.

De acordo com a Kiman Solutions,



Cláudia Pavani

que fechou um dos maiores negócios na área de previdência privada do País com a Real Tokio Marine, a executiva é formada pela Universidade de São Paulo (USP), escritora e uma das maiores especialistas do País em empreendedorismo, planejamento estratégico de empresas e elaboração de planos de negócios. A missão de Cláudia é ajudar no processo de consolidação da Kiman, preparando a empresa para o IPO (abertura do capital da empresa na Bolsa de Valores de São Paulo) planejado para 2010.

Para Marcos Eduardo Bandeira Maia, presidente e CEO da Kiman Solutions, o ingresso de Cláudia Pavani na equipe se dá num momento muito importante, em que os resultados dos elevados investimentos feitos nos últimos 30 meses pelos sócios da empresa começam a dar resultados graças a grande aceitação que o sistema Kiprev obtém no mercado. Atualmente, 15 países operam sistemas previdenciários baseados na plataforma Kiprev, contabilizando cerca de 25 milhões de participantes e US\$ 300 bilhões em reservas. Todo o sistema de previdência social e privada do Uruguai, por exemplo, é rodado nesta plataforma.

Auxílio no combate ao roubo e furto de veículos

Já imaginou se todos os bens que lhe pertencem tivessem impressões digitais suas, assegurando que cada item é seu? Parece ficção científica, mas se trata de uma realidade que já está disponível no Brasil, começando pelo mercado de veículos. Recém-lançada no Brasil, a DataDot, avançada tecnologia anti-roubo do mundo, quer revolucionar o que se entende por prevenção de roubo e furto de veículos.

Luiz Menezes, representante da DataDot Brasil, afirma que trata-se



Ferramenta DataDot

de um sistema inovador, baseado na nanotecnologia, e que se baseia em micropontos de poliéster que contêm a identificação do bem gravada a laser. "Essa tecnologia permite marcar o número do chassi no veículo com até sete mil micropontos, de forma totalmente segura e inviolável."

Segundo Menezes, a tecnologia DataDot traz vantagens tanto aos consumidores quanto à polícia e às seguradoras. Os principais benefícios citados por ele são: relação custo-benefício, pois apesar de ser uma tecnologia avançada, o produto tem um custo baixo; prevenção de roubo e furto, porque a facilidade de identificação das peças roubadas irá inibir a ação dos ladrões e auxílio nas investigações, porque, utilizando uma lâmpada ultravioleta, o policial pode identificar as partes do carro que contêm DataDotDNA e, assim, fazer a leitura da gravação nos micropontos e encontrar o verdadeiro proprietário de cada peça.

Um exemplo do sucesso dessa tecnologia, segundo ele, é o histórico de seis anos de uso na Austrália. Durante esse período, houve um índice de redução de roubo significativo, de 64% para BMW, 73% para Holden e 93% para Subaru.

Alta qualidade em odontologia e preço justo

A DixAmico (DixDental) está entre

as 10 maiores operadoras de odontologia de grupo do País, tendo nos últimos três anos (de 2003 até 2006), ampliado sua carteira de clientes de 630 mil para 860 mil associados, um aumento de 36%. Segundo a empresa, o produto foi criado em 2001 e comercializado apenas para clientes corporativos. "O departamento comercial foi reestruturado e com esta nova estrutura estimamos um incremento de 50% em vendas, fechando 2006 com mais de 35 mil novos associados. Estamos focando as vendas junto ao canal massificado com o produto para pequenas e micro empresas e uma forte atuação na carteira de clientes da assistência mé-



Eusébio Garcia

dica," afirma Eusebio Garcia, gerente comercial do produto DixDental.

Esta nova estrutura conta também com uma área de captação que visa oferecer aos corretores uma equipe treinada especialmente para este fim.

A empresa diz que os clientes contam com um moderno sistema integrado de gestão, que permite garantir a qualidade e a excelência de atendimento em toda a rede credenciada fidelizada. Além disso, esse avançado sistema possibilita a DixDental controlar o seu programa inteligente de desenvolvimento de rede credenciada, focado nas necessidades específicas de cada região.

Economia na gestão de documentos

A digitalização de imagens, guarda do acervo e gestão de documentos por empresas especializadas conquistaram de vez as seguradoras. Os motivos são diversos: vantagens financeiras, melhoria na organização e ocupação de espaços, redução de custos, de riscos (perdas e extravios) e rapidez no acesso a documentos. Itaú, Bradesco, Safra e Porto Seguro são algumas das seguradoras que decidiram terceirizar a gestão ou guarda de documentos com a Keepers Brasil, que decidiu investir mais de R\$ 1 milhão apenas na modernização de seu sistema (software desenvolvido pela própria organização) e compra de equipamentos de informática mais potentes.

A Keepers guarda montanhas de documentos – mais de 1,5 milhão de caixas - em quatro grandes galpões com mais de 25 mil metros quadrados cada um na região de Barueri, São Paulo. Seu crescimento anual é acima de 20%, informa Eduardo Coppola Gutierrez, diretor da Keepers Brasil.

A empresa informa que os dados indexados no sistema são disponibilizados em tempo real para a seguradora. Assim, os departamentos competentes podem acessar os dados pela Internet. Desta maneira, as



Eduardo Gutierrez



Vistoria de automóveis Delphos

Um salto para o futuro

Com equipes próprias em mais de 30 cidades e profissionais contratados em outras 350 localidades, a Delphos é a única empresa no mercado a utilizar PDA para fazer vistoria prévia. Garantia de qualidade no serviço e maior velocidade na aprovação do seguro. www.vistodelphos.com.br

Vistoria de automóveis Delphos, agilidade, segurança e precisão para as seguradoras.



Delphos - Tradição e Inovação a seu Serviço

Rio de Janeiro: Rua Itapiru, 1287 - 1323 - tel: (21) 4009-1700

São Paulo: Rua Haddock Lobo, 578 - 8º andar - tel: (11) 4009-8700

Sucursais: Belém, Belo Horizonte, Brasília, Cuiabá, Curitiba, Florianópolis, Fortaleza, Londrina, Porto Alegre, Recife e Salvador

Escritórios de Apoio: Campo Grande, Goiânia, Manaus, Uberlândia e Vitória

www.delphos.com.br

seguradoras se vêem livres de todas as tarefas relativas ao cadastramento obrigatório. Muitos documentos precisam, por lei, ficar guardados por até 30 anos. "Com a digitalização de imagens, a economia de custos e tempo supera 80% em relação à recuperação de um documento original. A imagem (digitalizada) fica hospedada - pelo tempo que a empresa precisar - no banco de imagens Keepers, que, por segurança, possui outro banco espelhado (em servidor paralelo)", diz.

Rastreamento de frotas urbanas: novo paradigma de gestão

A Logikos amplia sua participação no mercado de rastreamento urbano com base em nova cultura para gestão logística de frotas urbanas. De acordo com a empresa que está expandindo sua operação para todo território nacional, mas intensifica seus esforços no volumoso mercado paulista, sua solução fornecida é um sistema de localização de veículos com uso das redes de dados de operadoras de telefonia celular. Seus clientes usam a plataforma para solicitar informações contínuas aos sistemas de rastreamento embarcados nos seus veículos, o que gera relatórios via web, que permitem controles desde o nível operacional até os níveis de gestão das empresas, baseados em indicadores que dimensionam a eficiência de toda a operação.

Além desta fórmula tecnologicamente estabelecida, a Logikos incorporou as funcionalidades do Google Earth, ao seu portfólio, tornando mais completa a oferta de rastreamento de frotas urbanas. "Fomos a primeira empresa a desenvolver uma solução de rastreamento totalmente voltada para a gestão logística da frota e apostamos neste diferencial para a consolidação no mercado de São Paulo", explica Alexandre Guimarães, diretor da Logikos. "Sistemas de rastreamento tradicionais se preocupam apenas em saber onde o veículo está. Sistemas de gestão logística de frotas se preocupam

em dizer onde o veículo está e o que a equipe, ocupante deste veículo, está fazendo naquele local", completa.

Monitoramento de doenças crônicas: economia de R\$ 12 milhões



Fabio de Souza Abreu

Desde o início de sua operação, em 2002, a AxisMed - Gestão Preventiva de Saúde, empresa 100% dedicada ao gerenciamento de doentes crônicos e à promoção da saúde, já proporcionou a seus clientes - empresas e operadoras de saúde - uma economia líquida de mais de R\$ 12 milhões, através do monitoramento de pessoas portadoras de alguma doença crônica. "A AxisMed - Gestão Preventiva de Saúde nasceu para suprir uma demanda não atendida do mercado de saúde brasileiro: o monitoramento de doentes crônicos com o objetivo de estabilizar a saúde desses associados e, por consequência, otimizar os gastos de operadoras", explica Fabio de Souza Abreu, diretor executivo da AxisMed - Gestão Preventiva de Saúde.

Entre os clientes da AxisMed - Gestão Preventiva de Saúde, encontram-se: Telefônica, Ambev, Natura, Medial Saúde, MediService, Gama Saúde, Abet, Unimed Volta Redonda, Sul América Saúde, ABN-Amro Real e Sitel. Atualmente, a empresa monitora mais de 7 mil pessoas.

Nova operação da Linces inclui atendimento domiciliar e em postos fixos

O Posto Duplo, novo conceito de atendimento aos clientes da Linces Vitorias tem por objetivo diminuir o deslocamento de seus vistoriadores domiciliares e, assim, obter maior agilidade na prestação de seus serviços. De acordo com Mário Cássio Maurício, diretor operacional da Linces Vitorias, o novo serviço é o mesmo disponibilizado em outros postos credenciados da empresa, porém a grande inovação é o atendimento, que pode ser realizado no local ou em domicílios. "Percebemos que o deslocamento do vistoriador a partir de um posto fixo era a maneira mais rápida de atender uma solicitação domiciliar", explica o diretor.

Além disso, os vistoriadores da Linces, na Grande São Paulo, estão totalmente integrados ao sistema de agendamento por meio do acionamento por pagers, resultando em uma comunicação mais ágil e um aumento na qualidade das informações nos laudos executados.

Para conseguir cumprir o objetivo proposto, a empresa aumentou o número de profissionais nos sete postos duplos localizados na Grande São Paulo, de acordo a demanda de solicitações na região, além de investir em sistemas tornando a solicitação disponível via web e integrada ao acionamento dos vistoriadores.



Mário Cássio Maurício

Novas sucursais ampliam serviços da Liberty Seguros

“Nossa tônica é focar em serviços e eficiência operacional. Temos emitido apólices de forma rápida e indenização de sinistro também”, disse Matias Ávila (foto), vice-presidente de produção da Liberty Seguros. Segundo ele, a companhia tem investido constantemente na ampliação dos serviços agregados aos produtos, em todas as carteiras com foco no varejo.

Um dos pilares desta estratégia está na expansão de suas sucursais, que chegam a novas regiões e oferecem mais serviços. A empresa inaugurou recentemente filiais em Piracicaba, Franca e Santos, todas no estado de São Paulo. Mas prevê novas unidades até o final do ano: Cuiabá, Belém, Santo Ângelo e Passo Fundo. “A intenção é de ficarmos mais próximos dos nossos corretores

que fazem a distribuição, e atendermos aos clientes com mais eficiência”, diz.

Ele também informa que a companhia tem priorizado investimentos na área de atendimento ao cliente, para ampliar o grau de satisfação dos segurados. “Por exemplo, se alguém ligar para fazer um endosso, alguma mudança, correção de algum tipo de veículo, placa, isso é feito por telefone, com muita agilidade. Por sabermos do excesso de burocracia existente no mercado, decidimos nos apoiar também nessa boa utilização no atendimento”, conta.

Ávila explica que a Liberty Seguros entende que tudo que é do seu core business, ela mesma deve realizar com mão-de-obra própria. “Hoje, já fazemos a vistoria prévia com mão-de-obra própria. Isso dá muita tranqüili-



dade para nós e para nossos parceiros, os corretores. Mas tudo que não for de nosso negócio, a gente pode tranqüilamente terceirizar. Nossa indústria vem ganhando excelentes prestadores de serviços na parte operacional como os instaladores de vidro, serviço de DNA (marcação nos carros mais sinistrados que inibe furtos e roubos), rastreamento”, conclui.

PanAmericana lança pacote de serviços

A PanAmericana de Seguros, companhia do Grupo Silvio Santos, lançou em todo o Brasil o PanProtege, pacote de coberturas e serviços com benefícios para o titular da apólice e para toda a família. O leque oferecido inclui Seguro para Acidentes Pessoais, Assistência para Residência, Carro (ou Moto) e Funerária. O segurado ainda ganha um cartão de crédito (Visa ou Mastercard)

livre de anuidade e com os programas de benefícios ValeDesconto e ValeSaúde, também já inclusos no pacote. Tudo isso por preços acessíveis: a partir de R\$ 15 mensais, na versão Integral. “Nosso objetivo é oferecer uma gama completa de seguros e serviços que proteja os principais bens da família: vida, saúde, moradia, transporte e consumo”, afirma Maurício Bonafonte, diretor da PanA-

mericana de Seguros.

Como opcionais, são oferecidos o Disque Doutor, serviço de aconselhamento médico por telefone, e a garantia estendida para telefone celular, que garante o reparo do aparelho em caso de defeito ou falha de funcionamento. Todos os benefícios do PanProtege poderão também ser estendidos aos dependentes do titular.

Tecnologia de fax via computador agiliza troca de informações

A Indiana Seguros coloca em prática mais uma solução tecnológica a fim de eliminar a utilização de papel e agilizar a troca de informações entre clientes, parceiros e colaboradores. A empresa adotou o servidor RightFax, líder no mercado mundial, cujo fornecimento é feito pela companhia norte-americana Captaris. De acordo com a companhia, a tecnologia, que possibilita envio e recebimento de documentos de fax pelo computador, oferece total segurança e elimina custos com papel e manutenção das máquinas de fax.

Em função dos benefícios do projeto, que ficou sob responsabilidade da Telekom - distribuidora exclusiva do produto no Brasil -, a empresa migrou o RightFax de plataforma analógica para a digital e adquiriu mais seis pontos do servidor, no total de oito pontos. “Com a conversão para a nova tecnologia, conseguimos aumentar a velocidade de transmissão e recepção eletrônica de documentos de 14,4 kbps para 33,6 kbps”, explica Reinaldo D’Errico, superintendente de informática da Indiana Seguros.

O volume mensal de envio e recebimento de fax está em torno de 20 mil documentos. Cerca de 300 funcionários utilizam o RightFax, que está instalado na matriz, em São Paulo, e concentra informações das 15 filiais da empresa distribuídas pelo Brasil. Além disso, a ferramenta é utilizada por clientes e colaboradores da Indiana para a troca de informações, que engloba propostas de seguros de todos os tipos, entre os quais automóvel, residencial, vida, empresarial, educação, tanto para pessoas jurídicas quanto para físicas.

Atendimento diferenciado para agilizar casos de colisão

Com a inauguração do 14º Centro de Atendimento a Sinistros (CAS) da AGF Seguros, na cidade de Blumenau, a companhia pretende facilitar mais a vida do segurado, quanto de terceiros na ocorrência de colisões. Segundo a empresa, na maioria dos casos, não é mais preciso fazer o Boletim de Ocorrência (BO) ou esperar meses o processo de reparo do veículo, desde a vistoria até a saída da oficina. Agora, basta o motorista se dirigir aos postos de vistoria na hora, já liberando o orçamento e o veículo para os devidos reparos.

Além de rapidez e atendimento personalizado, os CAS oferecem aos segurados desconto de R\$ 100,00 na

franquia, sempre que o valor dos reparos ultrapassar o da mesma. Mais ainda, se o segurado optar por fazer o conserto de seu veículo em uma das Oficinas Referenciadas AGF ou Oficinas AGF Quality, ele ganha mais R\$ 100,00 de desconto na franquia, parcelando o restante do valor em até 3 vezes sem juros. Além dos descontos, o segurado tem direito a serviço de carro reserva por 7 dias. “A principal vantagem do CAS é a agilidade e oportunidade de apresentar um atendimento diferenciado ao cliente, solucionando o problema do mesmo no ato do atendimento”, afirma Laur Diuri (foto), superintendente de sinistros da AGF Seguros.



Serviço para automóveis satisfaz segurados

Um ano após o seu lançamento, o Centro Automotivo de Super Atendimento (C.A.S.A.) da SulAmérica registra importantes índices de satisfação de seus clientes. Do total de 3.250 segurados ouvidos nesse período, em média, 83% afirmaram ter ficado muito satisfeitos quanto aos serviços que lhes foram prestados. Este resultado chegou a atingir índices de até 90% de satisfação com a cordialidade no atendimento em junho deste ano, mantendo-se neste patamar desde então. O levantamento

foi feito por meio de questionário, aplicado mensalmente, que avalia desde o atendimento até a conclusão dos serviços e entregas.

De acordo com a companhia, no C.A.S.A. SulAmérica, o segurado deixa seu veículo danificado e a seguradora cuida de tudo: vistoria de constatação de danos, emissão de laudo, transporte dos veículos para serem reparados em uma oficina de alta qualidade, aviso do andamento do sinistro por e-mail ou mensagens por celular, além de uma

vistoria completa antes da entrega do veículo. A pesquisa pode mostrar como este sistema diferenciado tem agradado aos segurados.

Em um ano, mais de 5 mil pessoas foram atendidas pelo C.A.S.A.. Além do suporte oferecido, o segurado conta com outro diferencial: uma rede de parceiros especializados em serviços automotivos. No local, mais de 3.200 segurados foram atendidos pela Linces, Carglass, Tecdesp, Ituran, Hertz e DNA Security, de acordo com a necessidade e interesse.

Melhorias na Assistência 24 horas

A Unibanco AIG Seguros & Previdência lança, a partir do mês de novembro, um novo Plano de Assistência 24 Horas e implementa um conjunto de melhorias em outros dois planos do Seguro Auto. De acordo com a companhia, o novo plano amplia a quilometragem de resgate ou reboque, em caso de pane, para 200 km e em caso de acidente, para 300 km e oferece carro reserva

equipado com ar condicionado e direção hidráulica por sete dias corridos, até mesmo quando o segurado for atendido como terceiro em outra companhia. Além disso, o segurado tem direito a um meio de transporte alternativo dentro do município de sua residência.

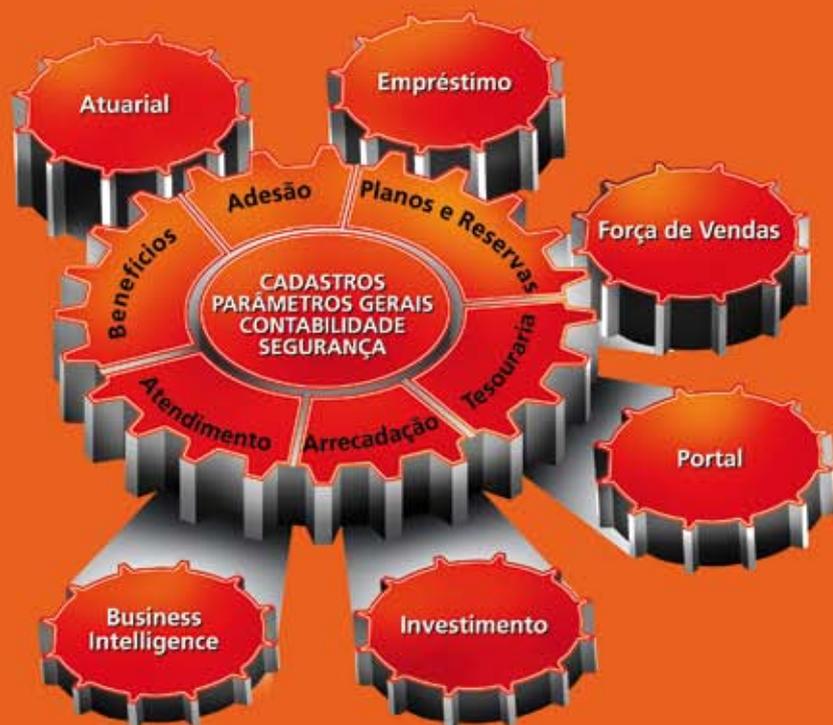
Já o plano intermediário com assistência ao veículo e aos passageiros, agora passa a oferecer também um trans-

porte alternativo dentro do município de residência do segurado. “Com o objetivo de atender às necessidades dos clientes e agregar valor ao produto, os Planos de Assistência 24 Horas do Seguro Auto Unibanco AIG estão mais completos, com novos serviços e coberturas ampliadas”, diz Emerson Bernardes, superintendente de produtos Personal Lines, da Unibanco AIG.

Suíte Kíprev: uma solução de missão crítica,
completa e modular, para Operação de
Previdência e Seguros de Pessoas!

Kiman
solutions

KIPREV
Powered by SYSDE



Escalabilidade

Flexibilidade

Abrangência

Confiabilidade

Versatilidade

Robustez

Continuidade

Escalabilidade

25 Milhões de vidas em 15 países
Maior cliente com 3,8 milhões de vidas

Flexibilidade

Do projeto a implantação: menos de 9 meses

Abrangência

Previdência Aberta
Previdência Fechada (Multipatrocínio)
Previdência Pública
Seguros de Pessoas

Confiabilidade

Mais de 10 anos em uso com sucesso

Versatilidade

Sistema 100% WEB

Robustez

Tecnologia Oracle 10g

Continuidade

Versão única para o mercado todo

Suíte **KIPREV**
Powered by SYSDE

A aplicação pronta para
as seguradoras e entidades
de previdência do futuro

A Suíte KIPREV é desenvolvida, comercializada,
implantada e suportada pela Kiman Solutions.

"A Kiman é uma empresa focada no mercado
de Seguros e Previdência, com uma equipe de
profissionais altamente especializada, compro-
metida e com grande experiência no conheci-
mento do negócio de seus clientes."

www.kiman.com.br

Sede e Centro Tecnológico
Rua do Paraíso, 148 . 2º andar
São Paulo . SP . tel.: 11 3146.1970

Escritório Rio de Janeiro
Av. Ataulfo de Paiva, 1079 . cj 701 . Leblon
Rio de Janeiro . RJ . tel.: 21 2540.8875

Novo consumidor cria desafios de comunicação para as seguradoras

Durante palestra na APTS (Associação Paulista dos Técnicos de Seguros), em 25 de outubro, três representantes da Chubb, SulAmérica e Porto Seguro analisaram os novos desafios para o marketing em seguros. Segundo eles, a mudança comportamental da população brasileira, o avanço das tecnologias móveis e a definição de ações inovadoras e alinhadas com a estratégia das empresas, devem ser avaliadas a todo o tempo, para a tomada de decisões assertivas.

Ismael Caetano, gerente de marketing da Porto Seguro, fez uma palestra enfatizando a mudança nos tempos, e seu reflexo nos negócios das seguradoras. Segundo ele, as transformações têm provocado um impacto muito maior na geração passada – hoje, na faixa dos 40 anos – do que na atual, que encara as novidades como normais. “A velocidade da transformação é tão intensa que fica difícil fazer um planejamento de longo prazo”, afirma. Como exemplo, citou o alto volume de informações que chega todos os dias às pessoas: por e-mail, blog, SMS e outros novos termos ligados à comunicação. Também ressaltou a mudança do consumidor que já entende sua postura em relação às mazelas do mundo. “Está no inconsciente coletivo que destruímos o que nós construímos. É um conflito conviver com tudo isso”.

Zeca Vieira, diretor de marketing da SulAmérica, foi categórico em afirmar que “o marketing de massa acabou”. Nesse sentido, explicou que os clientes não podem e nem devem ser tratados da mesma maneira. Para ele, as pessoas têm necessidades específicas, diferentes hábitos e fases da vida, e as seguradoras necessitam compreender esta realidade. “Com os consumidores cada vez mais bem informados, e as



Da esquerda para a direita: Zeca Vieira, Ismael Caetano, Maria Celeste Parra e Nelson Fontana

empresas com produtos de preços semelhantes e formatos parecidos, é importante tratar o cliente de maneira diferente para aumentar o valor que ele tem com a sua marca”, explicou. Ele deu exemplos de ações que a SulAmérica desenvolveu seguindo este caminho: “Fizemos um trabalho de CRM, com a missão de tratar todos os dados dos clientes pessoas físicas, deduplicando as informações. Conseguimos assim ter a visão única do clientes”. Em seguida, a seguradora agrupou os clientes por semelhança (número de produtos, tempo de relacionamento) e traçou estratégia para atingi-los como malas diretas, ações de atendimento. Diante disso, ele observa que a empresa vem obtendo bons indicadores – que vão de encontro com que o mercado exige. O retorno médio das ações de relacionamento de maior valor, por exemplo,

é de 20,5%. O valor incremental gerado pelas ações de CRM chega a R\$ 75 milhões.

Maria Celeste Parra, superintendente de marketing da Chubb Seguros, enfatizou a necessidade das ações de marketing estarem alinhadas com a estratégia de negócios da companhia. “As ações levam em conta o custo e o retorno. Nosso papel é cada vez mais estratégico, pois a boa repercussão das ações de marketing revelam a diferença entre uma companhia sólida e de longo prazo de uma coadjuvante no mercado”, disse. Ela citou, por exemplo, que a Chubb nos últimos dois anos dobrou seus resultados, embora a verba de marketing não tenha sido alterada. “Temos sempre que fazer uma ginástica para vermos onde estão os erros e acertos, e mudar a visão do produto para o cliente”.

MENOS EXPOSIÇÃO

O projeto Cidade Limpa, que proíbe a veiculação de publicidade em mídia externa, com exceção do mobiliário urbano, na cidade de São Paulo, foi encarada como radical pelos participantes da palestra na APTS. Na avaliação de Zeca Vieira, diretor de marketing da SulAmérica, todo o mercado de seguros “perde a capacidade de comunicação com o nômade urbano que vive em São Paulo”. Segundo ele, esse “nômade” representa o morador da Capital, que vive muito tempo fora de casa, percorrendo enormes trajetos dentro de seus veículos, indo de um lugar ao outro. “Cada vez menos, ele assiste TV, e essa lacuna no contato na rua com as nossas marcas, será prejudicada”.

INFORISCO

UM BOM NEGÓCIO



Com **Inforisco** sua seguradora diminui a sinistralidade e aumenta sua credibilidade no mercado. Esse sistema oferece maior visão sobre seu proponente, condutor e veículo com intuito de:

- Reduzir a fraude
- Agilizar a emissão de apólice
- Diminuir custos administrativos
- Qualidade e confiança na aceitação

Para maiores informações, entre em contato:
tel: (11)6440-8222
e-mail: comercial@infocar.com.br

Infoc@R

Mondial Assistance sofisticada atendimento 24 horas no Brasil



Destaque no mercado mundial de assistência 24 horas, a Mondial busca novos espaços de mercado, e transforma o conceito do brasileiro sobre esse serviço. Para isso, reforça a estratégia na velocidade, inovação e encantamento ao cliente.

Por Leonardo Pessoa

O mercado de Assistência 24 horas no Brasil atingiu um dos mais altos graus de sofisticação quando comparado aos padrões globais, tanto na composição dos produtos como na excelência operacional. Uma das principais responsáveis por esta evolução faz, em média, 90.000 atendimentos por mês, e investe pesado para apresentar inovações e manter a sua boa performance.

“Para sustentar o crescimento nos próximos anos, o foco estará na diversificação das atividades entre as diferentes modalidades de assistência e na abertura de novos espaços de mercado, os chamados ‘oceanos azuis’, inovando”, ressalta Dan Assouline, presidente da Mondial Assistance.

Segundo ele, a meta principal da empresa é continuar a se destacar nesse competitivo mercado através da oferta de soluções que realmente façam a diferença para os clientes. Por isso, diz que a Mondial dedica boa parte de seu tem-

“...reduzimos o tempo médio de espera do usuário em 50%. Nos grandes centros urbanos, como São Paulo, onde 87% das assistências já são acionadas por GPS, esse tempo médio é hoje de 21 minutos, relativamente pequeno se considerarmos as condições de trânsito, quase sempre ruins”.

po a gerar inovações e melhorias que sejam vistas pelos clientes como uma vantagem competitiva, e que resultem em um melhor atendimento, mais rápido e mais eficiente. Assim, conta que em 2004 a empresa lançou em grande escala o uso de GPS, que hoje já equipa mais de 200 guinchos em todo o Brasil, e em 2006 o monitoramento das assistências pelos usuários através do celular, que contribuiu para reduzir a ansiedade do segurado na hora do atendimento.

As novas idéias surgidas dentro da empresa, que ganham corpo e se transformam em referência para todo o mercado de assistência, em geral têm a intenção de reduzir drasticamente o tempo no atendimento ao cliente e modificar cada vez mais o conceito do atendimento. “Essa agilidade vem exatamente do uso da tecnologia GPS aliada a um gerenciamento eficiente da frota equipada com esse dispositivo”, conta. De acordo com a empresa, conhecendo o histórico de ocorrências, é possível posicionar esses guinchos em pontos estratégicos na hora certa. Tais guinchos são monitorados em tempo real e assim, quando há um pedido de assistência,

o sistema aciona automaticamente a viatura livre mais próxima para realizar o atendimento. “Com isso, reduzimos o tempo médio de espera do usuário em 50%. Nos grandes centros urbanos, como São Paulo, onde 87% das assistências já são acionadas por GPS, esse tempo médio é hoje de 21 minutos, relativamente pequeno se considerarmos as condições de trânsito, quase sempre ruins”, complementa. A Mondial informa que atualmente 65 cidades são atendidas por guinchos com GPS e sua meta é expandir o sistema ainda mais, adotando-o em outras cidades que possuam um número mínimo de assistências que justifiquem o investimento.

Acompanhamento Online: encantando o cliente

Quando um usuário solicita uma assistência, seu nível de ansiedade começa a subir exponencialmente, seja pela situação de risco em que ele se encontra, seja pela expectativa de uma rápida solução para o problema inesperado que acaba de ocorrer. Para evitar esse comportamento e tornar o atendimento mais eficiente, a Mondial Assistance lançou o serviço de envio de mensagens por SMS. “O que acontecia, antes de implantarmos esse sistema, é que logo depois de solicitar a assistência o usuário ligava novamente querendo notícias sobre seu atendimento, muito embora o tempo de previsão de chegada do guincho ainda estivesse longe de ser esgotado. O que fizemos, então, foi trabalhar com pró-atividade, informando o usuário antes que sua ansiedade começasse a incomodá-lo”, explica Assouline. Assim, cinco minutos após o pedido de assistência, o cliente recebe em seu celular uma mensagem indicando qual a placa do guincho que irá atendê-lo, o local atual onde ele se encontra e a sua velocidade de deslocamento. A

partir desse momento, o segurado pode interagir a qualquer momento para receber a posição atualizada do seu socorro e acompanhar o andamento do seu atendimento. “O interessante é que a média de mensagens SMS que enviamos por assistência é de apenas 2,2. Isso se explica por dois motivos: o primeiro é que só o fato de o usuário receber a primeira mensagem cinco minutos após ter solicitado o serviço já reduz em muito seu nível de ansiedade e o segundo é que com o tempo médio de 21 minutos, muitas vezes não há tempo de enviar mais mensagens. Já tivemos casos, inclusive, em que nem a primeira mensagem foi enviada, pois o guincho chegou em apenas três minutos. Isso é encantar o usuário”, observa Assouline.

Outro ponto importante nesta ferramenta é que as mensagens são personalizadas, tanto com o nome do segurado quanto com a assinatura da seguradora, dando maior visibilidade à sua marca. “Desde a implantação desse serviço, mais de 76.000 mensagens de monitoramento já foram recebidas pelos segurados”, contabiliza o executivo.

“Costumo dizer que na hora do atendimento, temos dois momentos da verdade.

O primeiro na hora do atendimento telefônico, que precisa ser ágil, profissional e assertivo e o segundo na hora da chegada do socorro no local onde pontualidade, aparência e expertise devem fazer a diferença”.

Pioneirismo e capacitação

Prestar um atendimento de qualidade num país com as dimensões do Brasil e a diversidade de infra-estrutura dos estados é realmente um desafio, afirma Assouline. De acordo com ele, a Mondial Assistance foi a primeira empresa no segmento de assistência 24 horas a obter a certificação ISO 9000 e para assegurá-la precisa manter sempre seus padrões de qualidade. “Costumo dizer que na hora do atendimento, temos dois momentos da verdade. O primeiro na hora do atendimento telefônico, que precisa ser ágil, profissional e assertivo e o segundo na hora da chegada do socorro no local onde pontualidade, aparência e expertise devem fazer a diferença”. Complementa que nesses dois momentos da verdade, a empresa depende do capital humano, respectivamente os analistas de atendimento e prestadores. Ambos recebem treinamentos de capacitação da mais alta qualidade. “Nossos departamentos de Rede de Presta-

“Adotamos padrões de excelência para entregar uma qualidade superior para o segurado e com uma verdadeira paranóia em monitorar permanentemente nossos custos, para garantir nossa competitividade no longo prazo”.

dores e Treinamento são incansáveis na capacitação e no crescimento do nosso capital humano. Procuramos sempre trabalhar com pessoas entusiasmadas, que gostam de ajudar os outros. Adotamos padrões de excelência para entregar uma qualidade superior para o segurado e com uma verdadeira paranóia em monitorar permanentemente nossos custos, para garantir nossa competitividade no longo prazo”, avalia. Ele também afirma que a Mondial Assistance reconhece e premia a alta performance tanto dos seus analistas quanto dos prestadores com uma política de bônus e incentivos arrojada. “Todo esse cuidado com a qualidade no atendimento se reflete no índice de satisfação de nossos usuários: 98% de clientes satisfeitos, sendo que desses, 75% se consideram encantados com nossos serviços. Esses são com certeza os clientes que serão leais à seguradora na hora de renovar seu seguro”.

Investimento e novidade em CRM

Em 2000, a Mondial montou a primeira central de relacionamento completa para montadoras, abrangendo desde os serviços emergenciais aos clientes, manifestações, informações sobre compra do veículo, até o agendamento de Test-Drive. A partir desse passo inicial, a empresa expandiu seus investimentos nesse segmento e, em 2001, lançou uma ferramenta própria de CRM, visando aprimorar o atendimento aos clientes que tinham a necessidade de estruturar uma central de relacionamento. “O projeto obteve êxito e, com uma demanda crescente, a Mondial aplicou novos

investimentos em um sistema mais moderno, totalmente desenvolvido in-house com uma tecnologia de última geração”, informa Assouline.

O novo Smart-CRM, que foi implantado no final de outubro, é uma ferramenta flexível e que pode ser customizada de acordo com a necessidade de cada operação, inclusive na geração de relatórios. As possibilidades a partir desse novo sistema são diversas, tais como o acesso on-line da montadora e da sua rede de concessionárias e a integração entre as operações de Assistência 24 horas e SAC, através da qual é possível enxergar todas as formas de contato do Cliente junto à marca, fornecendo uma visão global do seu relacionamento com a montadora. “Isso é especialmente importante quando é preciso diferenciar ações dirigidas aos clientes de maior valor ou analisar algum caso crítico. A Mondial é a única empresa do segmento a oferecer essa solução completa de Assistência e CRM ao mercado”.

Na lista desses clientes, a Mondial atende a Audi, Citroën, Jaguar, Land Rover, Nissan, Peugeot, Renault, Toyota e Volvo.

Responsabilidade social, saúde e educação

Parte do sucesso da empresa no Brasil se deve ao seu compromisso com o desenvolvimento de todas as regiões em que atua. A Mondial participa de vários projetos sociais focando as crianças e a educação. É o caso do apoio à Fundação Gol de Letra, organização que oferece atividades de complementação escolar a 1500 crianças e adolescentes de

baixa renda em São Paulo e no Rio de Janeiro. Desde 2002, também possui uma parceria com a Secretaria de Desenvolvimento Social e Cidadania da Prefeitura de São Bernardo do Campo. "Nesse projeto, damos apoio a jovens das turmas de Cursos Profissio-

nalizantes, e seu aproveitamento para futuras seleções de colaboradores. Atualmente temos 20 colaboradores oriundos desse programa", diz Assouline. Já em 2006, a Mondial participou também do McDia Feliz, que teve como objetivo levantar fundos para o

GRAAC, que atua na cura de crianças e adolescentes com câncer. Além disso, participa todos os anos de campanhas do agasalho e de Natal, com engajamento dos funcionários na arrecadação de bens e materiais escolares para distribuição a entidades sociais.

Personalidade global

A criação da nova marca teve como ponto inicial dar uma imagem e personalidade globais a todas as empresas do Grupo Mondial Assistance. "O que se buscou nesse trabalho foi ter uma nova identidade que refletisse nosso dinamismo, objetivos, capacidades e mercados, que incorporasse nossos valores, comunicasse nosso foco nas pessoas e que fosse visualmente forte e moderna", explica o presidente da empresa no Brasil. Essa



mudança, para ele, não veio sozinha, mas trouxe com ela novos valores corporativos que expressam com fidelidade o DNA da Mondial Assistance: atenciosa, profissional, pró-ativa e interligada. "Esses valores se fundem num conceito que resume tudo aquilo que queremos que nossos clientes tenham em nós: confiança", enfatiza.

A Mondial Assistance Brasil também quer ser reconhecida por ser uma empresa inovadora, que está sempre buscando novas soluções para aprimorar seus serviços, encantar seus clientes e apresentar excelência na prestação de serviços. "Queremos continuar a ser reconhecidos dessa forma e trabalhamos muito para que esse reconhecimento esteja sempre presente na cabeça de nossos clientes", finaliza.



Perfil: Dan Assouline

O executivo, de 43 anos, se formou em Matemática e Física, fez pós-graduação em Sistemas de Informações e Administração de Empresas na Universidade de Paris-Dauphine em 1986. Também fez cursos de especialização na London Business School e no Insead. Sua carreira teve início em 1985, ocupando várias responsabilidades

no grupo segurador francês GMF até assumir o cargo de CIO da holding de assistência 24h do grupo. Em 1993, assumiu a diretoria da Mercosul Assistance no Brasil, com responsabilidade por todas as operações da empresa. Foi nomeado diretor presidente da Mercosul Brasil em abril de 1998, ano em que a empresa foi adquirida pelo

grupo Mondial Assistance. Desde então, seu quadro de funcionários aumentou para mais de 1000 colaboradores, seu faturamento foi multiplicado por cinco e, com 31% de market share no mercado brasileiro, já se enquadra entre as dez maiores empresas do grupo no mundo.

UM VEÍCULO DE PESO ENCURTA SUA VIAGEM PARA FALAR COM O SEU CORRETOR DE SEGUROS.

Apenas dois cliques separam os corretores de seguros bem informados e prontos para novos negócios daqueles que, ainda, não abriram os olhos para a necessidade de se manter atualizado a todo o tempo.

Acessando o portal www.planetaseguro.com.br ou, por meio do **ClippingSegTotal, o internauta faz o download das edições da Revista Seguro Total. Mais uma novidade da Revista Seguro Total.**



Publiseq Editora Ltda.
Rua José Maria Lisboa, 593 - cj. 5
01423-000 - São Paulo - SP - PABX: 11 3884-5966

Clube dos Corretores quer formar novos líderes

“Estamos trazendo gente nova para gerir o Clube, pensando em formar novas lideranças do mercado”, afirmou Boris Ber, mentor do Clube dos Corretores de Seguros de São Paulo, que realizou almoço especial em 26/10 para a posse da diretoria reeleita para o biênio 2006/2008. No novo quadro, estão Nilson Arello Barbosa e Richard Hessler Furck.

Segundo ele, o Clube continuará com a sua tradição de mesclar almoços fechados para a discussão e encaminhamento de problemas da classe. Terá almoços abertos, com palestras para manter o relacionamento com o mercado. “Como novidade, faremos alguns cafés da manhã com palestras técnicas ou vendas que possam ajudar os corretores”, diz.

Atitude Vencedora

Na avaliação do mentor, o ano de 2006 termina com um saldo positivo para boa parcela dos corretores que não ficaram acomodados. Porém, há três notícias que polemizaram a categoria e



Da esquerda para a direita, Richard Hessler Furck, Nilson Arello Barbosa e Renato da Cunha Bueno Marques, da Junta Fiscalizadora.

prejudicam o desenvolvimento de novos negócios. “Os últimos acontecimentos no Vida só têm prejudicado nossa imagem. Além disso, o corretor precisa oferecer os seus produtos, não somente vender o que os segurados solicitam”. Ele também defende a queda na tributação para a categoria. “O Supersimples está sendo cobrado por vários setores do mercado. Estivemos junto com a diretoria do Sincor pleiteando isto junto ao presidente Lula, e estamos ansiosos para sermos enquadrados. Mas precisamos mais”. Ber ainda critica a idéia de se abrir a comissão do corretor na apólice



Boris Ber, mentor do Clube entre Henrique Kubala, tesoureiro e Pedro Barbato, secretário da entidade

de seguro. “Um verdadeiro absurdo. Por que o governo não explicita os impostos embutidos em cada serviço ou produto? Como posso achar que um segurado verá quanto estamos ganhando no seu seguro, sem descontar o nosso custo, o nosso imposto”, questiona.

CVG-SP recebe a SulAmérica Seguros em almoço mensal

Desde 2004, a área de Vida da SulAmérica Seguros se juntou à carteira de previdência da companhia, após um processo de reposicionamento de mercado. Foi sobre essa nova etapa, ainda em desenvolvimento, que o vice-presidente de vendas e marketing da seguradora, Carlos Alberto Trindade, falou aos participantes do almoço do Clube de Vida em Grupo de São Paulo (CVG), no dia 24 de outubro.

Segundo ele, a falta de foco na área de Vida, no passado, despertou na empresa, a necessidade de transformar sua estrutura e alavancar os negócios neste segmento, considerado de grande potencial. “Entendemos as oportunidades que esse mercado ainda pos-

sui, principalmente pelo aumento da oferta de crédito que o consumidor brasileiro tem acesso, que pode refletir na expansão do Seguro de Pessoas, por exemplo”, disse.

O executivo disse ainda que a transformação na área de Vida, ou “uma reformulação intensa” envolve desde os produtos, quanto os sistemas. “Temos consciência de que conseguimos alcançar um padrão de linhas de produtos de alta modernidade, eficaz, com instrumentos necessários para atingirmos resultados mais produtivos com os corretores e segurados. Essa é uma nova fase que se inicia, e digo isso, pois esse processo de readequação ainda não está concluído”, afirma.



Carlos Alberto Trindade, vice-presidente de vendas e marketing da companhia

Segurança em Gerenciamento de Riscos



A Segurança
de sua
Carga

Profissionais altamente qualificados e busca permanente de conhecimentos e melhorias tecnológicas para detectar, prevenir e minimizar riscos.

➤ TELECONSULT CENTRAL
DE ESCOLTAS BUONNY

➤ SOS CARGAS

➤ DISC RH

➤ AVERIGUAÇÃO DE SINISTROS

➤ PROJETOS ESPECIAIS

➤ BUONNY SAT

➤ CENTRO BUONNY DE QUALIFICAÇÃO (CBO)
INSPEÇÕES

➤ PRONTA RESPOSTA

➤ INFORMAÇÕES E SERVIÇOS CADASTRAIS

➤ CADASTROS EMPRESARIAIS

➤ MONITORAMENTO DE ARMAZÉNS

➤ CFTV E MONITORAMENTO DE ALARMES

Confira as vantagens de trabalhar com a Buonny

Tel.: 55 11 3443-2500 / 2175-2500

Para maiores informações acesse www.buonny.com.br

::buonny
Projetos e Serviços

Máquina de produzir bom futuro

Enquanto o sistema previdenciário público não encontra as forças necessárias para dar uma reviravolta em seu déficit, o mercado de previdência privada segue em bom ritmo e serve de exemplo de eficiência. Mais do que isso, ele pode contribuir para o aumento da poupança privada interna.

Por Leonardo Pessoa

A previdência social e a complementar caminham para lados completamente opostos. Se no sistema público, as contas não fecham e a situação fica cada vez mais vermelha, a



previdência privada continua dando novos passos e buscando novas formas de atrair o consumidor brasileiro. Impossível compará-las: suas musculaturas são bastante diferentes e com-

plexas. Mas, o mercado privado pode dar bom exemplo de gestão eficiente e transparente. Marco Antonio Rossi (foto), vice-presidente da ANAPP (Associação Nacional de Previdência Privada e também diretor-presidente da Bradesco Vida e Previdência), diz que uma boa sugestão poderia ser o regime de capitalização e contas individuais. "É claro que a previdência é muito importante e ela precisa existir, como acontece em outros países. Ela é responsável por um valor básico que serve a toda população. Mas quem quiser acima disso, necessita obrigatoriamente de um plano de previdência complementar, que adota o regime de capitalização, com contas individuais, onde cada um é responsável por sua reserva", observa.

Segundo ele, essa transparência nos planos privados em que o beneficiário acompanha a rentabilidade e pode comprovar a gestão dos recursos administrados, é um processo que serviria para melhorar o sistema público. "É um processo que poderia ser copiado para as novas gerações, os novos entrantes, pois é uma forma inteligente de se trabalhar".

Leonardo André Paixão, Secretário da Previdência Complementar (SPC), também avalia a importância da pre-

vidência social para o País. "Muitos nem devem saber, mas mais da metade dos municípios brasileiros tem no INSS sua maior fonte de renda. Ela tem essa função importante de distribuidora de renda, e redutora de desigualdades. Porém, precisa atingir maiores níveis de eficiência", defende. Para ele, o Brasil tem um desafio de criar uma agenda de crescimento econômico, e sem a presença da poupança pública, em queda constante, a previdência privada complementar seria a melhor opção nesse sentido. "A previdência complementar é o melhor mecanismo, e precisa ser fomentada para contribuir projetos de infra-estrutura, de longo prazo, e auxiliem o desenvolvimento do País".

Crise X Oportunidades

Em 2030, o Brasil deverá ter o dobro dos idosos de hoje, diz o Ipea (Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada), o que deve pressionar ainda mais as despesas do INSS. O cenário, embora preocupante, hoje já é bastante conhecido da população, que encontra no mercado de previdência complementar opções de antecipar tais períodos delicados, como a aposentadoria. E as seguradoras que atuam no mercado vão além da oferta de produtos que levem conforto e tranquilidade para esses consumidores. Elas já trabalham com produtos focados no público infantil, por exemplo, conscientizando

Sobe: a previdência privada (VGBl e PGBl) registra crescimento de 41,46%, equivalente a R\$ 18,83 bilhões, nos primeiros dez meses de 2005.

Desce: rombo da Previdência Social em 2006 deve atingir R\$ 41 bilhões.

esse grupo sobre a necessidade de se preparar o futuro.

Rossi, da Bradesco, afirma que “muitos pais que hoje estão na faixa dos 50 a 65 anos, que não fizeram tais planos, hoje percebem que poderiam ter acertado nesse aspecto. Por isso, eles entendem como importante inculcar na mentalidade dos mais jovens a consciência de que não basta só o governo ser responsável para a nossa previdência. Nós também precisamos fazer a nossa parte”. Nessa linha, ele diz que a Bradesco Vida e Previdência vem atuando de forma sistemática para estimular o produto PrevJovem, como o patrocínio ao programa Domingão do Faustão. “As pessoas estão mais sensíveis a esta necessidade”.

Quem compartilha dessa idéia é Marcos Barros, superintendente Comercial da Brasilprev. Ele ressalta a evolução cultural da população brasileira que tem levado as pessoas a pensarem mais no seu futuro. “Fatores que contribuíram para isso foram a estabilização da moeda (permitindo o planejamento financeiro de longo prazo), os debates sobre as reformas da previdência e a ampliação dos incentivos do governo à poupança de longo prazo, com a entrada em vigor da Lei 11.053”.

O executivo da Brasilprev defende uma ampla comunicação para se chegar a potenciais consumidores. “Mostrar essas características para o público e explicar quais são todas as possibilidades desse tipo de investimento é uma tarefa de comunicação bastante árdua, mas que tem sido cumprida pelo setor com competência”.

Funcionando bem

De acordo com esse mercado, novos públicos estão sendo encontrados. O mercado empresarial, por

exemplo, ainda reserva boas oportunidades de negócios. “Hoje, 70% das grandes empresas já possuem planos de previdência para seus funcionários, mas temos o restante a conquistar”, diz Rossi. Ele ainda informa que existe o potencial mercado das pequenas e médias empresas. “Mas, para isso, precisamos de uma legislação mais favorável. Acredito que os próximos anos ainda serão mais movidos pelos individuais, mas com o tempo, vamos trabalhar um arcabouço legal para conseguirmos incentivar as pequenas empresas, principalmente, a participarem desse mercado”, explica. Uma das medidas que a ANAPP defende é o uso de parte do FGTS (Fundo de Garantia por Tempo de Serviço) para estimular o mercado brasileiro.



Silas Kasahaya (foto), gerente comercial de Vida e Previdência da Porto Seguro, outra companhia que atua nesse mercado, afirma que esse mercado poderia se desenvolver em um ritmo mais acelerado. “O Brasil pode avançar muito nesse produto. Falta o governo dar um pouco mais de incentivo para mais pessoas participarem do sistema”. Segundo ele, a Porto Seguro possui foco principal na previdência individu-

al, mas também lançou em 2006 seu produto PME. “Estamos abrindo agora para o segmento empresarial no próximo ano, pois é um mercado que nos interessa”, antecipa.

Outro ponto importante nessa nova fase da previdência complementar é o papel dos dirigentes das empresas do setor. “Neste ambiente, além de crescer e ganhar market share, a partir de agora as taxas de retenção de clientes passam a ser um dos mais importantes indicadores para uma empresa de previdência complementar. Cativeirar e educar financeiramente seus clientes são fundamentais para garantir a sustentabilidade do negócio”, avalia Marcos Barros, da Brasilprev.

Qualificação: exigência do setor

Advogado e ex-Secretário de Previdência Complementar, Adair Reis, alimenta a importância da atuação responsável das empresas neste segmento, com o emprego de práticas de Governança Corporativa. Para ele, as ações implementadas colaboram, sistematicamente, com a evolução desse mercado no País. “Ressalto a adoção de maiores controles internos, de monitoramento dos riscos envolvidos na administração do plano, a divulgação aos participantes dos custos relevantes e o cumprimento da ética”.

Nessa linha, o mercado passa a exigir tanto de seus diretores executivos quanto de sua força de vendas (o corretor de seguros, o planejador financeiro, o operador da central de atendimento ou o gerente de conta), um maior comprometimento e preparo sobre os produtos e soluções. “Num ambiente de tantas alternativas de investimentos, é preciso ter idéia tão clara quanto possível da necessidade do cliente para indicar com assertividade os melhores caminhos a serem trilhados quanto o assunto é investimento de longo prazo”, alerta Barros.



Seguro Auto Pista



Porsche Racing tem apoio da Chubb Seguros



Mais uma vez a Chubb Seguros marcou presença no IX Porsche Racing Festival, evento promovido pelo Porsche Club Brasil, presente no País desde 1997 e que conta com mais de 1000 associados, sendo o maior Porsche Club da América Latina. O festival aconteceu nos dias 27 e 28 de outubro, no Autódromo de Interlagos, em São Paulo, servindo como boa oportunidade para a Chubb estreitar o relacionamento com um de seus públicos-alvo: os amantes da marca Porsche.

A seguradora, que oferece seguro especial para veículos de alto valor, e tem em seu portfólio os maiores sonhos de consumo sobre quatro rodas, é uma das empresas apoiadoras do Festival desde o seu início.

Durante o dia, houve os treinos livres e, na sequência, o classificatório. A prova aconteceu no domingo.

Unimed e Mapfre Seguros entre "As Melhores da Dinheiro"

A revista IstoÉ Dinheiro, publicação semanal de economia e negócios da Editora Três, promoveu na noite de 25 de outubro a terceira edição do Prêmio "As Melhores da Dinheiro", que premiou as 34 companhias que mais se destacaram em 2005, com base em seus desempenhos. O evento, realizado no Jockey Club de São Paulo, contou com a presença maciça da classe empresarial brasileira e também de muitas autoridades do governo.

A publicação, em parceria com a Trevisan e a Economatica, analisou mais de 500 empresas a partir de quatro principais indicadores: gestão financeira, responsabilidade social e meio ambiente, recursos humanos e inovação tecnológica, metodologia que permite uma avaliação mais abrangente e aprofun-



Da esquerda para direita: Marcelo Noce Rocha, diretor técnico; Dalmo Claro de Oliveira, presidente e Mauri Raphaelli, diretor de negócios da Unimed Seguros

dada do setor empresarial brasileiro.

Um dos pontos mais interessantes revelados pela pesquisa é que as companhias com melhor desempenho têm uma característica em comum: são as empresas que mais investem nos funcionários e em projetos sociais e de

meio ambiente. Juntas, as mais de 500 empresas investiram R\$ 3,89 bilhões em projetos de meio ambiente e R\$ 4,02 bilhões em projetos sociais no período e mais de 4 mil funcionários atuaram como voluntários nas iniciativas. O faturamento consolidado das empresas analisadas, em 2005, foi superior a R\$ 535 bilhões.

A grande premiada da noite foi a Companhia Vale do Rio Doce, que foi destaque em todas as quatro categorias definidas. Houve também um destaque por categoria, sendo o Bradesco em gestão financeira, Usiminas em gestão de inovação, Aliança Seguros em recursos humanos e Alpargatas em responsabilidade social e meio ambiente. A Unimed ganhou na categoria Saúde, a Mapfre como a melhor Seguradora.

"Top of Mind" revela as marcas que estão na ponta da língua do consumidor brasileiro

O principal prêmio nacional na categoria de brand awareness (consciência de marca) anunciou no dia 23 de outubro as 42 marcas que mais estiveram na cabeça do consumidor brasileiro em 2006. A pesquisa foi realizada pelo Instituto Datafolha para o jornal Folha de S.Paulo, e seu resultado vem de um levantamento anual feito por amostragem com o conjunto da população adulta brasileira. O "Top of Mind" foi produzida com base em mais de 5 mil entrevistas, divididas em duas amostras com homens e mulheres, com idade igual ou superior a 16 anos, de todos os níveis sociais e escolaridades.

Na categoria Seguro, a grande vencedora foi a Bradesco Seguros, pela quinta vez consecutiva. A marca é lembrada de forma homogênea no País: foi citada por 8% das pessoas no Sudeste e

no Sul e por 7% no Nordeste e no Norte/Centro-Oeste.

O maior sistema mundial de cooperativismo de saúde, que detém 30% do mercado brasileiro de planos de saúde, é, pela 13ª vez consecutiva, "Top of Mind" em planos de saúde. A marca Unimed cresceu um ponto percentual em relação à pesquisa de 2005 - de 38% para 39%.

Mais lembradas nos Fornecedores de RH

Numa outra premiação que chega a 9ª edição, o "Top of Mind - Fornecedores de RH", entregue dia 25 de outubro, reconheceu o nível de lembrança das marcas organizacionais que prestam serviços e/ou vendem produtos para os profissionais que atuam nas áreas de Recursos Humanos das organizações. A marca

mais lembrada no segmento de assistência odontológica no País foi a OdontoPrev. Em Seguro Saúde, a Bradesco Seguros; em Consultoria de Benefícios, a Admix e em Previdência Privada, a BrasilPrev. Há outras categorias como site para recrutamento, tecnologia para gestão de RH, entre outras.



Renato Cardoso, diretor de desenvolvimento de mercado na OdontoPrev, recebe troféu Top of Mind de Vanderlei Cozzo, presidente da ABTD.

Transamerica Reinsurance realiza Seminário Executivo para clientes internacionais

A Transamerica Reinsurance, uma divisão da Transamerica Occidental Life Insurance Company e uma das principais resseguradoras internacionais de resseguro de vida, promoveu um Seminário sobre Seguro de Vida para um grupo de clientes com enfoque em gerenciamento de projeto, worksite marketing e fontes de financiamento para o crescimento das seguradoras. O Seminário Executivo para Clientes aconteceu de 6 a 10 de novembro, em sua sede regional da América Latina em Weston, Flórida.

Segundo a empresa, executivos da

alta administração de companhias de seguros do Brasil, Bolívia, México, Chile, Japão e Hong Kong estiveram presentes e trocaram conhecimentos com executivos de diversas afiliadas da AEGON, incluindo a Transamerica Worksite Marketing e a Transamerica Reinsurance.

De acordo com Rodolfo Wehrhahn, diretor-executivo da Transamerica Reinsurance para a América Latina, "o seminário proporciona uma visão em profundidade de práticas de gerenciamento de projeto, worksite marketing, além de opções de financiamento para novos negócios".

O evento foi aberto com uma sessão sobre metodologias eficientes para avaliação e gerenciamento de projeto, conduzida por um consultor e professor de administração de empresas da Universidade do Chile. A sessão abordou a identificação, avaliação, implementação, gestão e monitoração de grandes projetos. Sessões subsequentes conduzidas por executivos da Transamerica Reinsurance e outras companhias participantes do grupo AEGON desenvolveram esses conceitos através de sua aplicação ao negócio de Seguro de Vida.

Hospitais privados articulam melhorias com seguradoras e operadoras de saúde



Os 34 hospitais particulares, representados pela ANAHP (Associação Nacional de Hospitais Privados), querem obter melhorias na relação com as operadoras de saúde e seguradoras que atuam no setor. Este é um dos principais objetivos da entidade, segundo o seu presidente, José Antônio de Lima, que concedeu entrevista no dia 26 de outubro durante Fórum da entidade, no Hotel Transamérica (SP). "Nossa intenção

é discutir uma agenda positiva com as empresas, no sentido de desburocratizar e desonerar tanto o usuário, quanto os agentes do setor, além de estabelecermos um processo de padronização de fornecedores de materiais, como catéteres, próteses, que geram um alto custo para essa cadeia hoje", afirmou.

Durante a entrevista, a entidade que representa os 34 hospitais privados – responsáveis por 15% da receita da saúde suplementar no País –, apresentou indicadores que comprovam o aumento da eficiência nessas instituições, ou como disse Lima, "a racionalização do investimento em saúde", acentuou. Segundo ele, esses dados são fruto da consolidação de dois projetos: Melhorias Práticas Assistenciais, que viabilizam a implantação de protocolos clínicos adequados à situação de cada associada, além do Sistema de Indicadores Hospitalares (SINHA), que serve para dar apoio à gestão de seus hospitais.

Indicadores da ANAHP

- Proporção de leitos de UTI em relação ao total de leitos: 20% nos hospitais ANAHP. A média geral no Brasil: 6,9%.

- Relação de equipamentos por leitos: 7,21 tomógrafos por mil leitos (ANAHP) contra 4,5 nos hospitais privados não filiados.

- Evolução média de receitas: crescimento de 6,91% em 2005 na receita por leito dia nos hospitais ANAHP. E 16,43% em 2005 nas receitas por beneficiário nas operadoras de planos de saúde (fonte: ANS).

- Faturamento estimado dos associados: R\$ 4,46 bilhões em 2005, 12,8% de incremento sobre 2004.

- Horas de treinamento: 22 horas em 2005, por pessoa. Aumento de 40,7% sobre 2004.

- Número de trabalhadores nos associados ANAHP: 40,7 mil empregados em 2005. Aumento de 7,3% sobre 2004.

Sincor-SP inaugura nova sede de sua Cooperativa de Crédito

O Sindicato dos Corretores de Seguros do Estado de São Paulo (Sincor-SP) inaugurou dia 09 de novembro a nova sede de sua Cooperativa de Crédito, Sicoob-Credicor-SP. A Cooperativa foi criada com o objetivo de prestar serviços financeiros e formar capital coletivo para os corretores de seguros. A nova sede, com 110 m², funcionará no mesmo endereço do Sincor-SP (Rua Líbero Badaró, 293, 29º andar), mas em espaço separado para facilitar o acesso do pro-

fissional e oferecer maior conforto e comodidade.

De acordo com o gerente da Cooperativa, Paulo Ciardella, as novas instalações foram projetadas para atender ao crescimento da cooperativa. "Quando iniciamos nossas operações funcionávamos em sala provisória e estávamos com 100 cooperados. Hoje possuímos mais de 500 cotistas", explica.

Para o Presidente do Sincor-SP, Leoncio de Arruda, a cooperativa ajuda a for-

tificar a categoria, pois os corretores de seguros poderão ter crédito com custos operacionais menores do que os praticados no mercado, juros baixos e a possibilidade do associado se beneficiar da distribuição de excedentes. "É importante lembrar que a Sicoob-Credicor-SP apesar de ser uma Instituição Financeira não é um banco, pois está voltada para as necessidades específicas do cooperado, no caso o profissional corretor de seguros", ressalta Arruda.

Impactos ambientais estimulam eventos em São Paulo

Com apoio institucional da Revista Seguro Total, a Central Prática Consultoria e Treinamento realizou em 25 de outubro o Seminário "Protocolo de Kyoto e Créditos de Carbono". Durante o evento, os participantes acompanharam as apresentações de Ricardo Vianna Rodrigues, Rodrigo Ribeiro Franco, Martin Panelo, Luiz Roberto Oliveira e Ricardo Caiuby de Faria.

O palestrante Ricardo Vianna ressaltou os impactos do superaquecimento da Terra. De acordo com ele, nos últimos 100 anos, a temperatura da Terra aumentou 0,6°C, e estima-se que aumente entre 1,4 a 5,8°C até 2100. "A maior parte da comunidade científica estabeleceu uma relação de causa e efeito entre aumento de

temperatura e aumento da concentração de GEE (gases de efeito estufa). Também fez uma introdução sobre o Protocolo de Kyoto (PK), estabelecido em 1997, e que entrou em vigor em fevereiro de 2005. Ao final, apontou os desafios para o futuro. "Há vários caminhos que levam a um mundo com baixas emissões de carbono. Um desses refere-se a uma revolução na infraestrutura, incluindo a maior utilização do gás natural, energia nuclear, renováveis, bioprodutos, entre outras".

O evento ressaltou a representatividade do Brasil nos projetos de MDL (Mecanismo de Desenvolvimento Limpo), que permitem que uma parte das metas de redução de emissões dos 39 países industrializados aderen-

tes ao compromisso de reduzir ou limitar suas emissões no período entre 2008 e 2012 (5%, em média, em relação aos níveis de 1990). Até setembro, segundo Vianna, o Brasil ocupava o segundo lugar em número de atividades de projeto, com 187 iniciativas (16%), atrás da Índia com 417 projetos e seguido da China com 159.

Rodrigo Ribeiro Franco fez uma palestra mostrando as opções de financiamento de projetos de carbono, além dos aspectos jurídicos, contábeis e societários.

Já o engenheiro Luiz Roberto Oliveira apresentou alguns cases de PK, enfatizando o conceito da sustentabilidade e compromisso com as futuras gerações.

Seguradora também discute assunto

A Fundação Mapfre reuniu mais de 150 profissionais e especialistas na FIESP (Federação das Indústrias do Estado de São Paulo) durante II Seminário de Gestão de Risco e Meio Ambiente, que contou com a presença do Secretário do Meio Ambiente do Estado de São Paulo, José Goldenberg e do diretor do Instituto Totum de Desenvolvimento Empresarial, Marco Antonio Fujihara.

Fenacor aposta em sanção do "Supersimples" em 2006

Os membros do Comitê Político da Fenacor continuam acompanhando de perto a tramitação do projeto de lei que permitirá a inclusão das empresas corretoras de seguros no Simples, o sistema simplificado de pagamento de tributos, já em 2007, atendendo a antigo pleito da categoria. Esse processo avançou, no Senado, com a aprovação em 08 de novembro da Lei Geral das Micro e Pequenas Empresas, que reduz a carga tributária e amplia a abrangência do Simples.

Os integrantes do Comitê Político, junto com lideranças de outras categorias, participaram do processo de negociação, que resultou no acordo firmado no gabinete do ministro da Fazenda, Guido Mantega, por lideranças de todos os partidos políticos e autoridades econômicas do Governo. Agora, a expectativa é a de que o projeto do "Supersimples" seja votado o mais rápido possível na Câmara e, posteriormente, sancionado sem vetos pelo presidente

Lula, antes do recesso parlamentar, em 15 de dezembro.

Na votação do projeto no Senado, por pressão dos governadores e da Receita Federal, a data de início de vigência das novas regras passou de janeiro para julho do próximo ano. Com isso, o projeto precisa voltar à Câmara dos Deputados para nova aprovação. Contudo, há o compromisso das lideranças de aprovarem a matéria rapidamente.

Liminar proíbe cancelamento unilateral de Seguros de Vida

A Juíza da 4ª Vara Cível da Justiça Federal de São Paulo, Dra. Mônica Autran Machado Nobre, concedeu, no dia 27 de outubro, liminar parcial em Ação Civil Pública promovida pelo Idec e o Procon/SP contra a Superintendência Nacional de Seguros Privados (Susep), União e Conselho Nacional de Seguros Privados (CNSP), suspendendo a eficácia de normativos que autorizam as seguradoras a cancelar ou alterar as apólices de seguros de vida unilateralmente. A decisão, concedida em ação pública civil pública refere-se às apólices contratadas até 10 de janeiro de 2003, dia anterior à entrada do Novo Código Civil. Segundo comunicado do Idec, a liminar concedida proíbe, na prática, as empresas seguradoras de praticarem tais procedimentos, que prejudicavam principalmente os segurados mais idosos. Agora, o Idec e Procon/SP irão recorrer pedindo que a liminar também abranja os contratos celebrados depois da vigência do novo Código Civil.

IRB Re adere ao Código de Ética do Mercado

Com a assinatura do IRB Re, o Código de Ética do Mercado de Seguros, Previdência Complementar e Capitalização alcança 87 empresas signatárias, nesse documento que visa promover o desenvolvimento do setor a partir de duas frentes: a melhoria do atendimento às demandas dos consumidores, e a eliminação das práticas nocivas à imagem do mercado. A assinatura aconteceu no dia 26 de

outubro, na sede da Fenaseg, no Rio de Janeiro. Na ocasião, o presidente do IRB-Brasil Re, Eduardo Nakao e o presidente do Conselho de Administração do IRB e secretário adjunto de Política Econômica do Ministério da Fazenda, Otávio Damaso ressaltaram que a adesão ao Código representa mais um importante passo da resseguradora em seu processo de preparação para atuar em um mercado aberto.



Mongeral amplia participação no Maranhão

O Conselho Regional de Contabilidade do Maranhão (CRC) firmou uma parceria com a Mongeral para cuidar da proteção financeira dos cerca de 12 mil profissionais do estado. A parceria foi selada no início de novembro durante o I Fórum de Contabilidade do Maranhão realizado em São Luís, onde a previdência privada foi discutida como alternativa para a categoria.

Porto Seguro é a "Mais Admirada"

Pesquisa realizada pela TNS InterScience com mais de 1.000 executivos classificou a Porto Seguro em 1º lugar no segmento "Seguros". É a quinta vez que a companhia atinge o primeiro lugar no ranking das seguradoras do estudo Mais Admiradas, publicado na Revista Carta Capital.

Terrorismo e Genoma Humano estiveram em pauta no XII Congresso Mundial de Direito de Seguros

Por Sergio Barroso de Mello

Realizou-se em Buenos Aires, Argentina, entre os dias 16 e 19 de outubro passado, o XII Congresso Mundial de Direito de Seguros, promovido pela Associação Internacional de Direito do Seguros, AIDA, com a participação de mais de seiscentos profissionais ligados ao mercado segurador e representantes dos setenta e dois países integrantes da associação, dos quais quarenta e dois integrantes da Seção Brasileira da AIDA, essa que se firmou como a delegação mais numerosa e participativa no Congresso.

Dois foram os temas básicos de estudos de direito comparado, elaborados por renomados especialistas. O primeiro tema, que tratou dos impactos dos atos terroristas no seguro e no resseguro, foi relatado pelos professores Rob Merkin, da Universidade de Southampton, Inglaterra, e pelo Professor Jerome Kullmann, da Universidade de Paris II, França, após a análise de textos produzidos pelos seguintes países: Argentina, Austrália, Bélgica, Brasil, Chile, Dinamarca, Equador, França, Grã Bretanha, Hungria, Israel, Itália, Japão, México, África do Sul, Espanha, Uruguai e Estados Unidos.

Em seu relatório, os professores Rob Merkin e Jerome Kulmann destacam que na maioria dos países as leis anti-terroristas são de origem recente e grande parte posterior aos ataques de 11 de setembro nos Estados Unidos da América. Alguns países, destacam, estão tentando resolver o problema do terrorismo regional há alguns anos, especialmente nos casos dos ataques

bascos na Espanha, os ataques do Exército Republicano Irlandês no Reino Unido, o terrorismo CCC na Bélgica e os ataques de várias organizações palestinas em Israel.

Segundo os professores relatores, os riscos de terrorismo e guerra eram segurados desde os primeiros tempos, mas a sua natureza cada vez mais destrutiva conduziu a exclusão ordinária de várias classes de apólices comerciais. Na prática e com exceção ao uso de armas nucleares, é possível obter-se a cobertura de riscos de terrorismo e de guerra mediante extensão da cobertura básica ou de uma cobertura totalmente distinta, com pagamento de prêmios vultosos. A posição que sustentam as leis dos países examinados é que os riscos de terrorismo e guerra estão tipicamente excluídos de todas as classes de apólices, assim compreendidas as modalidades de seguros de bens imóveis e seu conteúdo, de seguros automotores e viagem, assim como de propriedade comercial/seguros contra todos os riscos, responsabilidade civil/seguro de responsabilidade laboral e seguro de indenização profissional.

A conclusão dos especialistas sobre o tema terrorismo é que sua classificação geral como catástrofe, tal qual os desastres naturais e tecnológicos, provocaram o temor de todos, sobretudo os seguradores e resseguradores, que estão cada vez mais reticentes em aceitar esse tipo de risco, estabelecendo exclusões expressas ou prêmios elevados. Ademais, diferentes estudos

“...uma análise cuidadosa dos informes apresentados pelas seções nacionais da AIDA projetam um paradoxo: algumas das características do terrorismo e seu seguro não são específicas, enquanto outras o são. E aquelas parecem superar em número estas últimas.”

Artigo

conduzidos com o apoio da OECD, fizeram soar o alarme: a transferência das conseqüências danosas do terrorismo ao seguro e ao resseguro não se realiza adequadamente (ver, por exemplo, OECD, *Terrorism Risk Insurance in OECD Countries*, Julio de 2005). No entanto, uma análise cuidadosa dos informes apresentados pelas seções nacionais da AIDA projetam um paradoxo: algumas das características do terrorismo e seu seguro não são específicas, enquanto outras o são. E aquelas parecem superar em número estas últimas.

O outro tema objeto de estudos no Congresso Mundial da AIDA foi a influência dos avanços tecnológicos e científicos nos seguros de pessoas. O relatório foi elaborado pelos representantes da Seção Argentina da AIDA, mais precisamente pelos Drs. Eduardo Mangialardi, Norberto Jorge Pantanali e Enrique José Quintana, após a análise de direito comparado por meio de relatórios apresentados pelas seções da AIDA dos seguintes países: Alemanha, Espanha, Itália, Hungria, Suíça, Portugal, França, Bélgica, Grécia, Dinamarca, Austrália, África do Sul, Japão, Indonésia, Brasil, Colômbia, Chile, Equador, El Salvador, Paraguai, Uruguai e Argentina.

Os estudos foram elaborados de acordo com dois elementos básicos, o primeiro, em relação aos meios eletrônicos de contratação de seguros de pessoas, nos quais tiveram mais ênfase aspectos jurídicos ligados à assinatura eletrônica, à efetivação do negócio jurídico de seguro, à elaboração de questionários sobre o estado de saú-



*Sergio Barroso de Mello
Presidente da Seção
Brasileira da AIDA*

de do proponente, dentre outros. No segundo item examinado pelos relatórios encontram-se questões científicas diretamente ligadas ao risco segurado, ou seja, ao genoma humano, tema esse que contou com profunda discussão de ordem científica, tecnológica e de direitos humanos, focando sobretudo o direito à informação em comparação aos direitos comerciais dos seguradores no que tange ao conhecimento do próprio risco segurado.

Além dos principais temas do Con-

gresso, praticamente todos os Grupos Internacionais de Trabalho da AIDA tiveram a oportunidade de se reunir, com a presença significativa dos congressistas e profundas análises de temas específicos de direito de seguro e da técnica seguradora.

O próximo Congresso Mundial da AIDA ocorrerá na cidade de Paris, na França, em 2010, ocasião na qual serão comemorados cinquenta anos de fundação da associação e de realização de seu primeiro congresso.

102,05

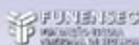
A Grande Jornada pelo Mundo dos Seguros

Toda segunda-feira, das 7 às 8 horas.

Apresentação: Pedro Barbato Filho

Rádio Imprensa FM 102,05

Patrocínio:





● ● ● E se você precisar de uma seguradora
que consiga pensar além do superficial?

O seguro está disponível no SUSEP, sob o número de registro da Agência de Seguros, de acordo com a recomendação e a sua contratação.

Nós vamos fundo em busca de soluções.

Prevenir e controlar perdas é apenas parte do gerenciamento de riscos. É preciso ir além. Por isso, nos empenhamos em compreender os desafios de nossos clientes. Pode ser simples, como avaliar um novo processo de produção, ou complexo, como determinar de que maneira apenas um peixe contaminado poderia comprometer toda uma criação. Zurich Engenharia de Riscos. Nossa experiência é focada em identificar e reduzir riscos, tornando a sua empresa mais protegida e segura.
www.zurich.com.br

Because change happenz.™


ZURICH®

Monitoramento online da assistência via celular.

Isso é inovação.

82%
dos clientes
da Mondial Assistance
acompanham
seus atendimentos
on-line!



Com a Mondial Assistance seu cliente é atendido com muito mais 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 os seus clientes.



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 | Polônia | Portugal | República Tcheca | Rússia | Singapura | Suécia | Suíça | Tailândia | Turquia | Ucrânia | Uzbequistão