

REVISTA

# SEGURO TOTAL

Ano VIII  
Nº 80 - 2008  
R\$ 12,00



## J. Malucelli Re

Primeira resseguradora nacional,  
aproveita oportunidades  
do mercado aberto

Alexandre Malucelli e João Gilberto Possiede

ESPECIAL RESSEGUROS: O que mudou depois de um ano da LC 126

Empresas já mostram interesse, formatando um novo mercado de resseguros brasileiro

# Sinta-se totalmente seguro



Há 20 anos o Grupo ACE oferece segurança e tranquilidade a milhares de clientes em todo o mundo. No Brasil, a ACE está entre as principais seguradoras do mercado e tem alcançado cada vez mais destaque devido à sua estrutura desburocratizada, à solidez na gestão dos seguros e à inovação no desenvolvimento de produtos.

**Seja um cliente da ACE e esteja sempre seguro.**

#### Segmentos de Atuação

Linhas Financeiras ■ Pequenas e Médias Empresas  
Responsabilidade Civil Geral ■ Riscos Patrimoniais ■ Vida  
Seguros por Afinidade ■ Transportes ■ Energia e Riscos de Engenharia



**ace seguros**

Consulte o seu corretor de seguros.

ACE Seguradora S.A.  
(11) 4504-4400

# Um novo desenho para o mercado de resseguros

Um ano se passou da aprovação da Lei Complementar nº 126, que determina a abertura do mercado de resseguros e, conseqüentemente, a quebra do monopólio do IRB. Nada pareceu muito efetivo para a abertura de fato até a aprovação das normas do CNSP, divulgadas em meados de dezembro passado. Essas normas, que definiram o patrimônio líquido necessário para as empresas estrangeiras atuarem no Brasil, além do rating e as regras de preferência, ajudaram a desenhar o mercado, que passa a ter uma nova constituição, a partir de então.

Essa é uma edição especial sobre a efetiva abertura do mercado. Vamos saber o que mudou em um ano de

aprovação da Lei e também de boas surpresas, como a entrada da J. Malucelli Re no mercado, uma nova empresa nacional e a primeira resseguradora a protocolar seu pedido junto à SUSEP para participar do mercado de resseguros aberto. Outras gigantes do setor, como a Munich Re, Lloyds e Swiss Re, também já manifestaram o interesse em atuar nesse interessante mercado brasileiro e coroadas, não só uma concorrência para o IRB, mas, novos negócios e produtos, profissionalismo e dinamismo para o promissor segmento de seguros brasileiro.

**Boa leitura!**  
**Redação**

## Sumário

**NOTAS**..... 8 a 14

**VITRINE**

ANS muda rol de procedimentos..... 16.

**ESPECIAL**

Um ano da LC 126..... 23

**MERCADO**

RC cresce jnto com economia..... 32

**EVENTOS**

Aliança promove seminário para mulheres..... 37

**DICAS**

Saiba o momento de transferir o comando da corretora .. 42

**ARTIGO**

Um tiro no pé..... 44



**CAPA**  
J. Malucelli Re  
O sonho de ter uma resseguradora  
vira realidade com R\$ 70 milhões  
Páginas 18 a 22

## EXPEDIENTE

**Edição Nº 80 - Ano VIII**

**Editor**

José Francisco Filho - MTb 33.063

**Jornalista Responsável**

Paula Felix Palma - MTb 48.836

[paula@revistasegurototal.com.br](mailto:paula@revistasegurototal.com.br)

**Diretor de Marketing**

André Pena

[andre@revistasegurototal.com.br](mailto:andre@revistasegurototal.com.br)

**Diretor Comercial**

José Francisco Filho

[francisco@revistasegurototal.com.br](mailto:francisco@revistasegurototal.com.br)

**Publicidade**

Graciane Pereira

[graciane@revistasegurototal.com.br](mailto:graciane@revistasegurototal.com.br)

**Designer Gráfico**

Cleber Fabiano Francisco

**Webdesigner**

Ana Lúcia Cardoso

[ana@revistasegurototal.com.br](mailto:ana@revistasegurototal.com.br)

**Periodicidade:** mensal

**Edição Final**

Publiseg Editora Ltda.

[seguro-total@uol.com.br](mailto:seguro-total@uol.com.br)

**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](http://www.planetaseguro.com.br)

## Lucro da SulAmérica é de R\$ 259 milhões até setembro

A Sul América S.A. registrou lucro líquido de R\$ 259 milhões no período de nove meses encerrados em 30 de setembro, representando um crescimento de 218% em relação ao mesmo período de 2006. No terceiro trimestre o lucro líquido foi de R\$ 66,2 milhões, um incremento de 272,3% em relação aos R\$ 17,8 milhões do terceiro trimestre de 2006.

O desempenho é explicado, se-

gundo nota da companhia, pela decisão da companhia de priorizar a rentabilidade de suas operações neste segmento, não obstante a forte concorrência observada ao longo dos últimos 12 meses.

No início do quarto trimestre de 2007 foi encerrada a oferta pública de distribuição primária de units da companhia. Foram emitidas 25 milhões de units ao preço inicial de

R\$31. Os recursos captados totalizaram R\$775 milhões e foram integralmente utilizados no aumento do capital da companhia. A emissão representou cerca de 27% do capital da companhia.

Em primeiro de outubro de 2007, a Fitch Ratings elevou a classificação de risco da Sul América S.A. de B+ para BB- (IDR - Issuer Default Rating

## Brasil veículos tem resultado recorde

Em seu 10º aniversário de operação em 2007, a Brasilveículos conquistou de um lucro líquido recorde de R\$ 78,7 mil, 32,7% superior ao desempenho de 2006. O resultado representa um retorno sobre o patrimônio líquido de dezembro de 2006 de 32,55%.

As propostas contratadas, por meio da BB Corretora, tiveram um incremento de 8,39% em relação ao exercício de 2006, com destaque para os canais de comercialização Internet e Central de Atendimento. Para Julio Cezar Alves de Oliveira (foto), presidente da Brasilveículos, 2007 foi o ano em que a companhia

comprovou seu amadurecimento e iniciou uma nova fase: “Assumimos uma postura mais agressiva, revelando disposição para brigar pelo mercado com ética, qualidade e pioneirismo”, afirma.

Em 2008, a companhia seguirá com sua estratégia de expansão e programou novidades e lançamentos para todos os meses do ano. O pagamento do prêmio por cartão de crédito, bandeira visa, será mais uma opção oferecida aos clientes, a partir de 31 de janeiro. Além disso, a Brasilveículos lançará um produto comemorativo e inédito para celebrar o bicentenário do Banco do Brasil .



## Santander cresce 30% em previdência

O Santander fechou o ano com um volume de captações, em dezembro de 2007, 30% superior ao mesmo período do ano anterior. As vendas foram impulsionadas, principalmente, pelos produtos multimercado, que investem parte dos seus recursos em ações. “Eles foram responsáveis por 88% do total de volume captado neste período”, comenta Marlene Rainer, superintendente de Previdência Privada do Santander e diretora da Federa-

ção Nacional de Previdência Privada e Vida – Fenaprevi. As reservas totais do Santander são de R\$ 4,7 bilhões.

De acordo com dados da Anbid - Associação Nacional dos Bancos de Investimento – a Previdência Privada teve captação líquida de R\$ 2,3 bilhões no mês passado. “O dado comprova que os brasileiros têm aproveitado cada vez mais os recursos extras de fim do ano para investir em previdência”, observa Rainer.



rastreado

## Onde tem essa marca, tem bons negócios

Quando o assunto é transporte, segurança e gerenciamento são palavras chave! Os serviços da Teletrim Monitoramento representam segurança, pois propiciam um altíssimo índice de recuperação dos veículos roubados, assim como uma melhoria na carteira com a redução da frequência de sinistros. Além disso, nossos clientes contam com uma ampla gama de serviços que possibilitam o monitoramento e controle de sua frota, otimizando seu uso e reduzindo seus custos. Por isso, na hora de recomendar o melhor sistema de rastreamento de veículos, escolha Teletrim Monitoramento e fique tranqüilo. Com esta marca você e o seu cliente sempre ganham.



Marca de qualidade na proteção de veículos

## Lucro da BB Saúde chega a R\$ 6,8 milhões

A BB Seguro Saúde fechou 2007 com um lucro líquido de R\$ 6,84 milhões, com um retorno de 15,5% sobre o patrimônio líquido. Os prêmios ganhos alcançaram R\$ 130,6 milhões, um crescimento de 2,4% em relação ao ano anterior.

De acordo com nota, os resultados refletem a estratégia de formação de parcerias com corretores especializados e evidencia a retomada do crescimento da Seguradora. Para 2008, o crescimento esperado é de 25%.

## Central Nacional Unimed fechou 2007 com 21% de crescimento

A expectativa é alcançar 10% de crescimento na base de clientes empresariais para 2008.

A Central Nacional Unimed (CNU), operadora de planos de saúde do Sistema Unimed, terminou o ano com 21% de crescimento e 690 mil clientes. “Foi um ano praticamente perfeito pelo nosso desempenho. Além disso, somos uma das 150 melhores empresas para se trabalhar”, comemorou o presidente da CNU, Mohamad Akl. Para 2008, a meta é um crescimento de 10% na base de clientes e no faturamento de R\$ 670 milhões.

Além da conquista do enecampeonato do Top of Mind Fornecedores de RH, a operadora obteve o registro definitivo na Agência Nacional de Saúde Suplementar (ANS), e que galgou 62 postos no ranking das 1000 maiores empresas brasileiras.

As ações de medicina preventiva tiveram importante papel nos resultados, de acordo com o diretor Administrativo e Financeiro da CNU, Gerson Thomé Marino. O programa atingiu mais de 11 mil clientes, além da intermediação de 140 mil doses de vacinas.

O eventos promovidos pela CNU este ano foram além das expectativas, segundo o diretor de Produto e Operações, Marco Antônio Eckert. “Todas as ações culminaram com 50% dos novos clientes vindos das atuais empresas contratantes”. O Sistema Unimed conta também com a segunda maior rede de hospitais próprios do País, depois das Santas Casas.

Evolução do Número de Clientes



## Brasilcap cresce 7,8% e distribui R\$ 62 milhões em prêmios

A Brasilcap, empresa de títulos de capitalização do Banco do Brasil, e que tem entre os sócios a Aliança da Bahia, a Icatu Hatford, a Sul América e o Banco do Brasil, encerrou 2007 com um faturamento de R\$ 1,9 bilhão, o que representa um avanço de 7,8% em relação ao ano anterior. Além disso, a empresa conquista a marca histórica no segmento, de ser a maior empresa privada de capitalização do País, líder há 12 anos consecutivos.

No ano passado, a Brasilcap distribuiu, no total, R\$ 62 milhões em prêmios. São Paulo é campeão absoluto no ranking de premiação dos títulos de capitalização Ourocap, comercializados pela Brasilcap. Os paulistas não só detêm a maior quantidade de títulos contemplados como receberam os maiores valores em prêmios, no ano passado. Foram R\$ 13,41 milhões distribuídos a 9.874 títulos de capitalização sorteados no estado. Minas Gerais foi o segundo colocado no ranking dos maiores valores pagos: R\$ 7,74 milhões, seguido pelo Rio de Janeiro, com R\$ 5,97 milhões pagos a 4.628 títulos. Em Pernambuco, o montante atingiu R\$ 3,92 milhões e no Distrito Federal chegou a R\$ 3,55 milhões pagos a títulos em 2007. No ranking dos dez estados que receberam os maiores prêmios estão, ainda, o Mato Grosso do Sul (R\$ 3,36 milhões); Rio Grande do Sul (R\$ 3,17 milhões); Paraná (R\$ 3,05 milhões), Bahia (R\$ 2,71 milhões) e Goiás (R\$ 2,29 milhão).

# 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.

**76 anos de atuação no mercado mundial. 31 anos de atuação no mercado nacional.**

Australia, Belgium, Brazil, Dutch Caribbean, France, India, Italy, Mexico, Mozambique, The Netherlands, New Zealand Portugal, Singapore, Spain, Sweden, Thailand, U.K, U.S.A

**Evite riscos desnecessários,  
faça a Avaliação dos seus bens.**

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

Rua Jesuíno Arruda, 769 - 7º/13º/14º andares - CEP 04532-082 - Itaim Bibi  
São Paulo - SP - Brasil - Fone (11) 3079-6944 - Fax (11) 3079-1409  
info@engeval.com.br - www.engeval.com.br - www.arcalaudis.com



**ENGEVAL**  
ENGENHARIA DE AVALIAÇÕES

## Bradesco Saúde faz sua primeira aquisição com a compra da Mediservice

A Bradesco Saúde, que tem hoje mais de 2,8 milhões de segurados realizou, pela primeira vez em 20 anos de atuação, a aquisição de outra companhia, a Mediservice - Administradora de Planos de Saúde Ltda. Com o objetivo de consolidar sua liderança no segmento, a empresa supera a marca de 3,1 milhões de clientes e amplia sua fatia em prêmios no mercado, de 42%. A compra custou à seguradora R\$ 84,9 milhões.

Há 20 anos atuando no Brasil, a Mediservice possui escritórios em São Paulo, Rio de Janeiro e Salvador e possui cerca de 300 mil usuários, com uma rede de aproximadamente

30 mil credenciados, que será incorporada à Bradesco Saúde. Com os clientes corporativos da Mediservice, a Seguradora passa a ter em sua carteira de saúde quase metade das 100 maiores empresas empregadoras do Brasil.

Em nota, a companhia afirma que a aquisição representa um importante passo estratégico para a Bradesco Saúde, pois permite a expansão da base de clientes em um segmento de grande concorrência, além de complementar seu posicionamento no mercado de planos coletivos de assistência à saúde. Adicionalmente, possibilitará importantes ganhos de

escala, agregando valor à Seguradora e consolidando sua posição de liderança no mercado de saúde suplementar.

O Grupo Bradesco de Seguros e Previdência, líder no mercado segurador latino-americano, registrou até setembro 2007 receitas no montante de R\$ 21,091 bilhões nos segmentos de seguro, previdência complementar aberta e capitalização, alta de 14,07% em relação às receitas de R\$ 18,489 bilhões obtidas em igual período de 2006. O lucro líquido, no período, totalizou R\$ 1,773 bilhão, o que significa evolução de 11,44% em relação aos nove primeiros meses de 2006.

## ACE faz acordo com Humana Seguros na área de Vida

A ACE Seguradora fechou acordo, no mês passado, com a Humana Seguros, para ampliar a distribuição dos produtos ACE entre pequenos e médios corretores. Com isso, a ACE passa a ser a seguradora da carteira atual da Humana e provedora exclusiva dos novos produtos de Vida, em grupo e individual, para os corretores da parceira e vai garantir os riscos e disponibilizar produtos para distribuição aos corretores.

“Acreditamos ser possível à ACE atingir esse público e lhe dar o devido atendimento comercial para que possam realizar negócios de vida com uma seguradora de grande por-

te”, disse David Santiago, Superintendente Vida. A parceria terá por alvo pequenas e médias empresas e pessoas físicas.

O diretor do ramo Vida da ACE no Brasil, Antonio Carlos Pedrotti, estima que no mercado brasileiro como um todo o segmento Vida tenha uma fatia de apenas 10,8%, excluindo-se produtos de previdência. “Isso deixa claro o tamanho da oportunidade que temos no segmento”, diz Pedrotti.

A Humana tem em torno de 150 mil clientes segurados e a ACE espera um crescimento real superior a 10% sobre a base atual.

## Volta IOF para Seguro de Vida

Em Decreto nº 6.339, de 03/01/2008, o governo anuncia o retorno do IOF (Imposto sobre Operações Financeiras) para Seguros de Vida. O aumento da cobrança de 0,38% incidirá sobre todas as contribuições pagas para seguros de vida. A notícia é anunciada menos de um mês após o fim da CPMF, derrubada pelo Senado em meados de dezembro. Com a taxa de IOF, o Governo pretende recuperar R\$ 10 bilhões dos R\$ 40 bilhões previstos para esse ano com a arrecadação da CPMF.



# Delphos - Assistência 24 horas



## 24 horas por dia, 7 dias por semana

A Delphos, premiada em diversas ocasiões pela excelência de seus serviços, investe constantemente em novas tecnologias de ponta. Esta medida visa garantir tranquilidade e satisfação a todos os seus clientes, marcas registradas de uma empresa que está há 40 anos no mercado de seguros.

A tecnologia desenvolvida pela Delphos, permite que os clientes acompanhem todo o processo de atendimento pela WEB, inclusive a conversação telefônica com seus segurados. Alternativamente o serviço de atendimento pode ser feito diretamente pela seguradora, com o acionamento automático dos serviços ou o seu repasse para a Central da Delphos.

A Delphos possui sucursais em todo o Brasil. Esta estrutura, pensada para oferecer o melhor atendimento ao cliente, permite um relacionamento dinâmico com a rede de prestadores de serviços, fazendo toda a diferença na hora do atendimento local.

Ao se tornar um cliente Delphos, seus segurados poderão utilizar um conjunto de serviços e vantagens, em situação emergencial ou para manutenção geral, que atende plenamente às suas necessidades ao contratar o serviço Assistência 24 horas.



### Delphos - Tecnologia em Seguros

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

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

Belém, Belo Horizonte, Brasília, Culabá, Curitiba, Florianópolis, Fortaleza, Porto Alegre, Recife, Salvador e Vitória

[www.delphos.com.br](http://www.delphos.com.br)

# Porto Seguro

## lança nova cobertura agrícola para frutas

‘Porto Seguro Agrícola’ cobre danos causados por granizo às safras de frutas

A Porto Seguro, apostando em um novo nicho de mercado, lança o ‘Porto Seguro Agrícola’, seguro que cobre danos causados pelo granizo às safras de frutas como ameixa, caqui, figo, goiaba, maçã, nectarina, pêra, pêssego e uva, em todo o Estado de São Paulo, com expectativa de expandir posteriormente para Paraná e Minas Gerais, e para outras culturas, como cana-de-açúcar, horticultura e grãos. “Decidimos investir neste ramo devido ao seu estágio de desenvolvimento atual, ao potencial elevado da fruticultura no país e também amparados em nossa experiência com outros seguros que prevêem a cobertura em caso de episódios climáticos”, explica Adilson Neri Pereira, diretor de Ramos Ele-

mentares, Transportes e Aluguel da companhia.

Os prêmios do mercado de seguro agrícola somaram mais de R\$ 23 milhões em 2005, e ultrapassaram os R\$ 82 milhões, em 2006, obtendo um crescimento de 246%. Esse crescimento ocorre devido à articulação de governos, agentes financeiros e seguradoras para propiciar o desenvolvimento e o financiamento de um segmento essencial para a economia e sociedade. O mercado de garantias agrícolas também tem se desenvolvido por conta das subvenções dos governos (Federal e do Estado de São Paulo) ao prêmio de seguro rural. Por meio das subvenções, os agricultores podem assumir

somente 25% do prêmio, o que viabiliza a contratação do seguro e o pagamento dos financiamentos bancários, caso a safra seja prejudicada por ocorrências climáticas.

“Nossa expectativa é conquistar em torno de 15% desse mercado em 2008”, informa Pereira.



## Segurados da HDI serão atendidos pela Brasil Assistência

A Brasil Assistência, especializada em Serviços de Assistência 24h, inicia o ano de 2008 com um novo cliente: a HDI Seguros, grupo alemão que está há quase 30 anos no Brasil, atuando principalmente na região Sul do país.

Com o acordo, a empresa prestará serviços de assistência para 50% da carteira de veículos da seguradora, além dos outros produtos da companhia, como Residencial, Condomínio e Empre-

sarial também ficarão sob a responsabilidade da Brasil Assistência, que prevê efetuar cerca de 10 mil atendimentos por mês.

Entre as soluções disponibilizadas aos segurados da HDI, estarão serviços como guinchos, mecânicos, chaveiros, eletricitas, encanadores, segurança, limpeza, remoção inter hospitalar, dentre outros.

De acordo com o presidente da Brasil

Assistência, Antônio Clemente, a qualidade de uma seguradora é avaliada pelo cliente no momento em que ocorre um sinistro e ele precisa de ajuda. “Nesse instante crítico, uma assistência de qualidade determinará a satisfação e a imagem da companhia frente ao segurado. Com nossa expertise, tenho certeza de que ampliaremos ainda mais o respeito e a admiração do Grupo HDI perante seus clientes”, afirma o executivo



A Humana Seguros oferece serviço especializado de consultoria em seguros, assessorando seus corretores, segurados, seguradoras e parceiros com simplicidade, honestidade e transparência nos negócios.

#### Nossos Produtos:

- Vida Humana Empresarial
- Vida Humana Individual
- Vida Humana Plena
- Decesso
- Auto & RE

#### Nossos Serviços

- Sinistros
- Comissões
- Fatura eletrônica
- Apoio técnico comercial
- Atendimento unificado
- Central de cotações
- Núcleos especializados

**HUMANA SEGUROS**

[www.humanaseguros.com.br](http://www.humanaseguros.com.br)

(11) 3334-8600

Av. São João, 313 - 16º e 17º andar - Centro - CEP: 01035-000 - São Paulo - SP

# Mondial Assistance oferece seguros para passageiros TAM

A TAM Linhas Aéreas firmou parceria com a Mondial Assistance, para oferecer assistência viagem para os passageiros. O seguro cobre acidentes pessoais e de extravio de bagagem, assistência médica, farmacêutica, odontológica e repatriação médica, entre outros serviços.

O objetivo é proporcionar facilidades e rapidez na resolução de problemas

inesperados, sobretudo no exterior, onde normalmente o custo dos serviços é alto, principalmente os de assistência médica. Uma consulta médica custa, em média, € 100,00 na Europa e, nos Estados Unidos, US\$ 200,00.

Com a aquisição da assistência, o passageiro tem proteção 24 horas por dia, durante toda a sua viagem. São oferecidas cinco modalidades do ser-

viço, denominado Mondial Travel, que variam de acordo com os limites de assistência ou com a região visitada: Top, Euro, Internacional, América do Sul e Nacional. Por R\$ 19,50 é possível contratar assistência viagem, no valor de R\$ 5 mil no Brasil. Na versão Top, o investimento de US\$ 55,40 equivale a um plano de assistência viagem no valor de US\$ 50 mil.

## Nossa Caixa e Icatu Hartford oficializam parceria para capitalização

### Vendas pela rede banco começam em março de 2008 e expectativa de venda é de 200 mil títulos por ano

O Banco Nossa Caixa e a Icatu Hartford formalizaram, em São Paulo, parceria para a venda de títulos de capitalização, que terá início em março de 2008, em todas as agências do banco no estado de São Paulo e nas cidades do Rio de Janeiro, Brasília, Belo Horizonte, Uberlândia, Campo Grande, Curitiba e Londrina, praças em que o banco também está presente. A expectativa é de que sejam vendidos 200 mil títulos por ano.

Segundo Milton Luiz de Melo Santos, presidente da Nossa Caixa, a parceria será um excelente negócio para o banco. “A Icatu Hartford tem muita experiência nesse setor e em parcerias com instituições financeiras contro-

ladas pelo governo”, afirmou. “Temos certeza de que o retorno a ser obtido com a venda de títulos de capitalização estará à altura do extraordinário ágio pago pelo parceiro comercial”. O presidente do banco observou ainda que a concentração da rede de atendimento da Nossa Caixa em São Paulo, estado responsável por 34% do Produto Interno Bruto brasileiro, demonstra o potencial de negócios a serem gerados.

Maria Silvia Bastos Marques, presidente da Icatu Hartford, afirmou que o interesse nessa parceria é antigo. “O banco era a última jóia da coroa e a parceria será positiva para os dois lados”, disse, referindo-se ao fato de o banco ser o último canal disponível

para a venda desse produto no mercado. Com isso, a Icatu Hartford, hoje a quinta colocada entre as empresas de capitalização e a maior independente no País, pretende brigar pela segunda colocação.

A empresa venceu, em sete de dezembro, leilão para o uso exclusivo da rede de atendimento da Nossa Caixa para a venda de produtos de capitalização. O direito de exclusividade do balcão do banco tem prazo de cinco anos e foi adquirido por R\$ 64 milhões, valor que representou ágio de 156% sobre a oferta mínima definida pelo banco – R\$ 25 milhões mais um percentual a título de remuneração à Nossa Caixa sobre o valor das vendas.

# Liberty quer ampliar atuação no Rio de Janeiro

## Seguradora busca crescer no mercado de seguros de Vida, Patrimônio e Transporte de Carga no Estado

Pensando na expansão dos negócios no Rio de Janeiro, a Liberty Seguros, que já conta com a instalação de 6 filiais para atender aos corretores e clientes da região, pretende expandir sua atuação em Seguros Patrimoniais, no segmento de Pessoas e no canal de vendas Affinity, oferecendo seguros para Auto, Residência e Vida. O Estado carioca é responsável por 6% das vendas da seguradora no País.

“No RJ, a companhia é reconhecida pela excelência na liquidação de sinistro e pelo atendimento aos clientes

e aos Corretores, em 2008, pretende ampliar a rede para a participação do pequeno corretor no negócio”, conta diretor regional da Liberty, Andre Lewkovitch.

Os seguros de riscos patrimoniais têm enfoque nos segmentos de comércio e serviços, para pequenas e médias empresas. Já no segmento de Transportes de Cargas, o foco principal é o “embarcador” (proprietário da carga). “Pretendemos crescer ainda mais em seguro transporte internacional (aéreo e terrestre) para atender aos produto-

res cariocas que exportam mercadorias para o Mercosul”, afirma Lewkovitch.

No País, a expectativa é de que a seguradora chegue no médio prazo, a um equilíbrio entre automóvel e as outras carteiras de seguros, atingindo a relação de 60% para o primeiro e de 40% para as demais. “Isso significa que continuaremos investindo na área de Auto, a qual mantém seu peso e valor estratégico para a companhia e também buscaremos ampliar a atuação de outros produtos com potencial de crescimento”, finaliza.

# CESVI amplia reparo de vidros de automóveis na rede Carglass

Rede especializada no reparo de vidros automotivos, a Carglass contratou o CESVI BRASIL (Centro de Experimentação e Segurança Viária) para realizar a avaliação do atendimento das lojas de sua rede. O intuito é identificar, por meio de uma análise de métodos e processos, quais lojas estão capacitadas para oferecer padrão de excelência nos serviços de atendimento.

O objetivo principal desse trabalho conjunto é auxiliar as lojas a se manterem competitivas diante das grandes mudanças que o mercado vem promovendo no setor de repa-

ração automotiva, estudando estratégias e métodos de trabalho que poderão incrementá-las.

“Esta é a validação de um processo interno de qualidade das lojas feita por um órgão que tem experiência e conhecimento em capacitação técnica”, afirma Ricardo Cury, gerente de desenvolvimento de negócios e vendas da Carglass.

O CESVI BRASIL vem se consolidando como referência em avaliação técnica de produtos e serviços ligados ao setor automotivo. O centro já classifica oficinas de funilaria e pintura, blindadoras, avalia e aprova produtos

para as oficinas, empresas e sistemas de rastreamento e bloqueio de veículos. Em 2008, começará a avaliar empresas de gerenciamento de riscos e de segurança privada.



# Chubb Seguros realiza encontro anual de alinhamento estratégico

A Chubb do Brasil, seguradora mais antiga em atividade do país, realizou, no último dia 30 de janeiro, seu VII Encontro Anual de Alinhamento Estratégico. Os executivos da Chubb das filiais em Curitiba, Brasília, Belo Horizonte, Porto Alegre e Rio de Janeiro, uniram-se com a equipe da matriz em São Paulo, na sede da companhia, para discutir as estratégias a serem adotadas pela Chubb em 2008. Essa é a sétima vez que a companhia realiza o Encontro de Alinhamento Estratégico. No total, 70 pessoas participaram da reunião.

Durante o encontro, foram analisados os resultados de 2007 e solidifi-

cados conceitos de sustentabilidade e lucratividade para esse ano. O presidente & CEO da Chubb Seguros, Acacio Queiroz, fez uma apresentação da seguradora aos presentes e mostrou resultados do ano, produtividade, goals, planos de desenvolvimento, entre outras ações.

Para Acacio, o Encontro é fundamental para a sinergia entre as filiais e a matriz e contribui com o crescimento da empresa. “Essa é uma maneira de reafirmar os conceitos nos quais pautamos nossa atuação. Hoje, o alinhamento estratégico é uma das ferramentas mais importantes utilizadas na nossa gestão. Ter objetivos e metas unificadas são ações essen-



ciais para manter o espírito de equipe e atingir os goals estabelecidos”, completa o executivo.

## Aliança do Brasil patrocina projeto de leitura

Projeto “Ler é Bom, Experimente!”  
abre inscrições e oferece gratuitamente  
livros e material didático

A Companhia de Seguros Aliança do Brasil, com o apoio do Ministério da Cultura, patrocina o projeto de incentivo à leitura “Ler é Bom, Experimente!”. O programa é voltado às escolas da rede pública de todo o país, com turmas a partir da 6ª série do ensino fundamental e tem o objetivo de incentivar o hábito da leitura e escrita, estimular a criação de textos, performances, discussões e debates em sala de aula.

Criado em 2000, pelo escritor Laé de Souza, a iniciativa já atingiu

cerca de 1 mil escolas com a participação de 40 mil alunos em todo o país. “Despertar o interesse pela leitura pode ser um grande incentivo para que os alunos procurem outros títulos, adquirindo uma melhor formação e aprendizado como cidadãos”, diz o diretor de administração e controle da Companhia de Seguros Aliança do Brasil, Alencar Rodrigues Ferreira Junior. Em 2008, 500 escolas participarão do projeto. As inscrições estão abertas até o dia 31 de março.

## Vida Seguradora lança campanha

Em 1º de fevereiro, a Vida Seguradora lança a campanha de vendas Vida+Você. A iniciativa premia os corretores parceiros por seu desempenho em Produção Nova. Segundo o regulamento, a produção nova de cada produto é convertida em pontos e cada ponto equivale a R\$35,00. A inovação desta campanha é que a partir do 3º ponto o corretor já recebe a sua premiação. “A Campanha é uma ação que incentiva o aumento da produção nova no período em que normalmente não é contemplado pela campanha Personalidade Vida Seguradora, ou seja, de Fevereiro a Abril. Nosso objetivo é valorizar o relacionamento que desenvolvemos com nossos corretores e tornar essa parceria cada vez mais lucrativa para ambas as partes”, afirma Nelson Paiva, Diretor Comercial da Vida Seguradora.

# O Indiana Auto agora oferece prêmios para você e seus segurados



Imagens meramente ilustrativas

Seus clientes, além de terem o patrimônio garantido, concorrem mensalmente a prêmios de R\$ 5 mil e a quatro sorteios extras de R\$ 30 mil. Em paralelo, por apólice emitida, você também concorre a 11 prêmios anuais no valor de R\$ 5 mil e quatro extras de R\$ 10 mil.

Quanto mais apólices, mais chances de ganhar!

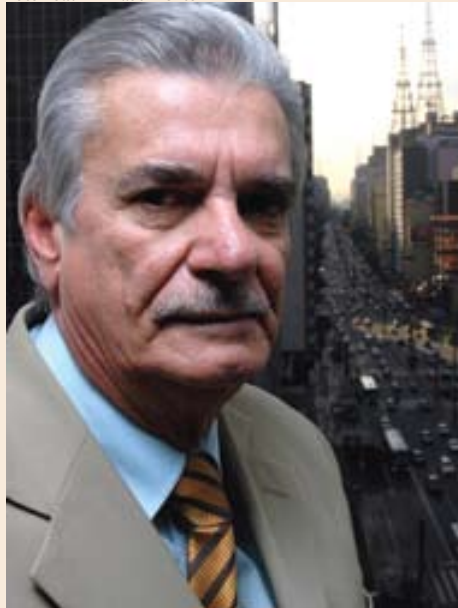
Não fique fora dessa, informe-se com seu gestor.

Auto \$\$\$  
Premiado

 **INDIANA**  
SEGUROS S/A  
Garantimos suas conquistas.

# ANS estabelece novo rol de procedimentos para os planos de saúde

Foto: Isaumir Nascimento



Serão cerca de 200 novos procedimentos, entre novas tecnologias e prevenção da saúde. Empresas dizem que o equilíbrio econômico-financeiro ficará prejudicado

De acordo com a resolução nº 167 da ANS (Agência Nacional de Saúde Suplementar), publicada em 10 de janeiro de 2008, as operadoras de saúde serão obrigadas a rever e ampliar a cobertura no rol de procedimentos obrigatórios para os beneficiários de planos de saúde. São cerca de 200 procedimentos novos, entre tecnologias como o Yag Laser, para cirurgia de catarata, procedimentos de anticoncepção como o DIU, vasectomia e ligadura tubária, procedimentos cirúrgicos e invasivos, além de contar com a cobertura de consultas com nutricionistas, terapeutas ocupacionais, fonoaudiólogos e psicólogos e o parto humanizado. A exigência começará a valer a partir de 2 de abril, quando as 1,422 mil operadoras médico-hospitalares em atividade no País deverão estar adaptadas ao novo rol de procedimentos. Com isso, serão 2.973

itens cobertos.

O novo rol será a referência de cobertura mínima obrigatória para cada segmentação de planos de saúde (ambulatorial, hospitalar com ou sem obstetrícia e plano referência) contratada pelo consumidor. Além disso, o rol define para cada procedimento as segmentações de planos de saúde que devem ou não cobri-lo.

De acordo com a ANS, a atualização do rol beneficiará cerca de 26 milhões de consumidores que possuem planos médico-hospitalares novos (aqueles assinados após 1 de janeiro de 1999), coletivos ou individuais. Mas, para Arlindo de Almeida (foto), presidente da Abramge (Associação Brasileira de Medicina de Grupo), apesar de representar, do ponto de vista técnico e médico, avanços importantes, trará uma preocupação financeira às empresas de saúde. “É uma

alteração profunda. São 200 novos procedimentos, que vão mudar as regras e trazer um impacto financeiro grande”, disse. Segundo Almeida, os novos procedimentos vão impactar diferentemente em cada empresa, porque algumas delas já possuem um rol de procedimentos expandido, mas os custos aumentarão em cerca de 8%.

A ANS tem uma estimativa de aumento de cerca de 6%, de acordo com um estudo preliminar feito em novembro do ano passado, porém, o percentual ainda não é definitivo. Como o novo rol de procedimentos começará a valer em abril, o aumento deste ano - normalmente autorizado em junho - não incluirá esse tipo de custo. A ANS, acredita, contudo, que o impacto será pequeno, já que muitas coberturas que passarão a ser obrigatórias são de prevenção, o que reduz custos totais com os conveniados.

Mas Almeida discorda: “Há uma queda de braço com as empresas. Elas não podem aceitar algo que vai prejudicar o equilíbrio econômico-financeiro”. Diante disso, as empresas de saúde vão realizar, este mês, uma Assembléia para definir se vão entrar com uma ação conjunta na justiça. “Vamos nos voltar para uma atitude extrema premido por uma necessidade. O departamento das empresas diz que as leis não podem retroagir. O reajuste determinado no início do ano passado não previa esses novos procedimentos”. Além disso, Almeida disse que o fato vai agravar ainda mais a situação das empresas - cerca de 700 delas - que ainda não conseguiram cumprir as exigências de reserva, estabelecidas pela ANS.



# SALVADO ON-LINE

**SISTEMA PARA GESTÃO DA ÁREA DE SALVADOS DAS SEGURADORAS, CONTENDO:**

- **INTEGRAÇÃO COM OS SISTEMAS DE SINISTRO E CONTABILIDADE;**
- **CONEXÃO ON-LINE COM LEILOEIROS, DESPACHANTES E RECUPERADORAS VIA INTERNET;**
- **CONTROLE DE DESPESAS POR PROCESSO;**
- **EMIÇÃO DE NOTAS FISCAIS, APURAÇÃO DE ICMS E LIVROS FISCAIS;**
- **RELATÓRIOS OPERACIONAIS E GERENCIAIS;**
- **E MUITO MAIS.**

**SISTEMA TODO CRIADO EM FORMATO WORKFLOW, O QUE FACILITA O CONTROLE DAS TAREFAS A SEREM EXECUTADAS, DESDE A REMOÇÃO DOS BENS SEGURADOS ATÉ A SUA VENDA FINAL DIRETAMENTE À COMPRADORES OU ATRAVÉS DE LEILÃO.**

**MARQUE UMA DEMONSTRAÇÃO E CONHEÇA DETALHADAMENTE NOSSO SISTEMA.**



**Sistemas  
Seguros**

**Sistemas Seguros, 15 anos de Experiência e  
Tecnologia a serviço do Mercado Segurador.**

**Sistemas Seguros Tecnologia de Sistemas Ltda.**

**Av. Angélica, 927 - 4º andar - Higienópolis**

**Cep: 01227-000 - São Paulo - SP - Tel.: 11 3664-2040**

**E-mail: [info@sistemas-seguros.com.br](mailto:info@sistemas-seguros.com.br) - Site: [www.sistemas-seguros.com.br](http://www.sistemas-seguros.com.br)**

# Um sonho concretizado

Depois da abertura do mercado de resseguros no Brasil, a J. Malucelli Re é a primeira resseguradora a fazer o pedido de autorização de funcionamento junto à SUSEP. E melhor ainda, é uma empresa brasileira de capital nacional, que saiu na frente das resseguradoras estrangeiras. O sonho antigo do grupo agora está virando realidade.



A entrada da J. Malucelli no segmento de resseguros brasileiro tornou-se um marco para o setor, não só porque abriu de fato o mercado, já que foi a primeira empresa a protocolar o seu pedido de autorização para se constituir como resseguradora local após a aprovação das normas que definiram o mercado, mas também impulsionou outras resseguradoras estrangeiras se constituírem como locais, de acordo com Alexandre Malucelli, o presidente da mais nova empresa resseguradora no Brasil, de capital nacional, a J. Malucelli Resseguros S/A – J. Malucelli Re. “Não tenho dúvidas que a nossa iniciativa de se estabelecer como local serviu de exemplo para as resseguradoras estrangeiras, porque a gente mostrou que tem oportunidade e que podemos usufruir dessa reserva de mercado. Algumas empresas, que teriam optado por ser admitido, podem vir a ser locais após a nossa iniciativa. Já ouvi de alguns deles inclusive”.

O “sonho” de criar uma resseguradora pela J. Malucelli, subsidiária integral do Paraná Banco, vem desde o governo Fernando Henrique Cardoso, em 2000, quando começaram os primeiros sinais de abertura do mercado e da privatização do IRB – Brasil Re (Instituto de Resseguros do Brasil). “Desde aquele momento, nós ficamos com um sonho de que, quando o mercado abrisse, a gente montasse a nossa própria resseguradora. E por quê? Porque ao longo desses anos, a gente deu muito lucro para as resseguradoras com as quais trabalhamos. Temos operação e escala grandes, com um percentual de resseguro enorme, além de uma sinistralidade muito baixa”, explicou o presidente.

Só no ano passado, a J. Malucelli pagou em prêmios de resseguros cerca de R\$ 160 milhões. Ao longo de 10 anos, foram mais de R\$ 470 mi-

lhões em prêmios de resseguros, o que representou um lucro de R\$ 300 milhões para os resseguradores. Somente em Seguro Garantia, a companhia movimentou R\$ 174 milhões, ou seja, 90% do que a seguradora emite é ressegurada.

**Independência** - A idéia agora é ter independência para negociar seus contratos de resseguros e reter o lucro, que antes era repassado para outras resseguradoras, além de passar a usufruir da reserva de mercado, participar de negócios no ramo de Seguro Garantia de outras companhias e até na retrocessão do IRB Brasil Re ou de outras resseguradoras. Entretanto, assim como a Seguradora, a J. Malucelli Re será uma resseguradora especializada, com negócios totalmente voltados para Seguro Garantia. “Montamos o projeto da empresa calcada somente no ramo de Seguro Garantia,

**“Montamos o projeto da empresa calcada somente no ramo de Seguro Garantia, que é o que sabemos fazer. Queremos trilhar o mesmo caminho de sucesso da Seguradora”**

que é o que sabemos fazer. Queremos trilhar o mesmo caminho de sucesso da Seguradora”, apontou.

Nos primeiros passos da resseguradora, a intenção é atuar 100% com os prêmios da J. Malucelli Seguradora, o que, pelas regras previstas, é possível, já que a Seguradora é obrigada a oferecer, no mínimo, 60% dos prêmios para uma resseguradora local. “A única obrigação é oferecer



a uma local. Então, atendendo à regra, a seguradora vai ofertar 100% dos prêmios para a J. Malucelli Re”. Mas, segundo o presidente, já houve consulta de duas grandes Seguradoras de Garantia para trabalhar em parceria com a nova resseguradora, o que vai ser um nicho interessante para a empresa. “Obviamente, em função da reserva de mercado, nós vamos começar a aceitar ou receber ofertas de resseguros, contratos e facultativos, de outras Seguradoras. No ramo de Garantia, estamos prontos para atender. A gente conhece as modalidades, o setor e os macetes desse mercado. Mas, para outras modalidades, vamos declinar automaticamente, até mesmo para não prender as Seguradoras dentro de um mercado que não nos interessa”. O segmento de Seguro Garantia no Brasil movimentou R\$ 346 milhões em 2007, um crescimento de cerca de 70% em relação a 2006. Desse montante, 93% dos riscos são transferidos para as resseguradoras, o que reafirma ser um importante ni-



cho de negócios.

Apesar disso, só a produção da J. Malucelli Seguradora, apenas no ramo de Seguro Garantia, pode garantir o sucesso da nova resseguradora. Segundo Malucelli, mesmo que não trabalharemos com outras Seguradoras, até o fim do ano, 5% do mercado de resseguros brasileiro será da J. Malucelli Re. “É uma empresa que já tem uma receita garantia, portanto, ela já nasce rentável. É bastante entusiasmante em curto prazo”. Após a consolidação da empresa no Brasil, a idéia é alcançar outros países da América Latina, em um prazo de cerca de três anos, sempre nos negócios de Seguro Garantia. “Preferimos expandir em Seguro Garantia em outros países, do que no Brasil em outros seguros. É o que a gente

sabe fazer. Vamos nos manter especializado, que é o segredo do nosso sucesso”.

A América Latina tem hoje US\$ 1 bilhão de prêmios em Seguro Garantia, sendo que o México tem a liderança, com 41%. Só a J. Malucelli tem 10% desse mercado, o que já garante 10% do resseguro da América Latina nas mãos da J. Malucelli Re. Mas, segundo Malucelli, o Brasil vai fechar o ano de 2008 com 18% de participação na região e vai continuar crescendo rumo à liderança desse setor. Em estudos comparativos com o PIB brasileiro, o mercado de Seguro Garantia cresce quatro vezes o que cresce o indicativo. “Um levantamento feito em 1999 mostrou que o PIB cresceu 2,6% ao ano e Seguro Garantia, cerca de 11%. Com essa correlação, e com

a perspectiva de crescimento do PIB em cerca de 4% a 5% em 2008, podemos concluir que o Seguro Garantia tem potencial para dobrar de tamanho”.

Muito desse resultado, segundo Malucelli, pode ser atribuído às obras do PAC – Programa de Aceleração do Crescimento -, mesmo estando ainda muito aquém do esperado. “O segundo mandato do Lula foi galgado em infra-estrutura e a gente sentiu um aquecimento no setor, que refletiu no nosso mercado. O mercado de Seguro Garantia cresceu 78%, nós dobramos de tamanho esse ano, 114% de crescimento e mesmo assim ficou aquém do que era pra ser. A perspectiva para os próximos anos é muito grande e esse mercado vai crescer muito mais.

## Uma história de sucesso que se repete

A Seguradora J. Malucelli foi fundada em 1991, e, subsidiária integral do Paraná Banco, iniciou suas operações em 1992, quando atuava em todos os ramos, com exceção de Saúde. De 1992 até 1994, a empresa operou sem muito foco, mas em 1994, uma consultoria, contratada pela empresa, realizou um estudo de mercado e indicou opções de caminhos a serem trilhados. O primeiro, prontamente descartado pela companhia, era de ser uma empresa multiramos, concorrendo com gigantes do setor. As outras opções apontavam, ou para uma Seguradora regional, com serviços de abrangência nacional, ou um Seguradora especializada. “A gente achou que ser uma Seguradora regional também não era o caminho. Coincidentemente, nesse momento, perdemos o presidente da Seguradora e precisávamos de um executivo com experiência. Veio o senhor [João Gilberto] Possiede e foi uma seqüência de fatos muito interessante”. Segundo Malucelli, o senhor Possiede era um dos poucos no Brasil que conhecia o Seguro Garantia. Por outro lado, a empresa que deu origem à J. Malucelli fazia uso de caução para concessões, licitações, sendo, portanto, usuária de um produto parecido que a deixava familiarizada com o assunto. E o Paraná Banco, dono da Seguradora, tinha um know how de análise de crédito. “Então, juntou a fome com a vontade de comer e montamos as operações de Seguro Garantia, paramos de renovar as apólices dos outros ramos que tínhamos e a seguradora foi crescendo. Em 1997, atingimos a liderança no setor e vimos mantendo e consolidando essa liderança até hoje, sempre com resultados extrema-

mente saudáveis”. O último ranking da SUSEP apontou que o faturamento da companhia chegou a 50,4% do mercado. A sinistralidade histórica em 12 anos de operação alcança uma média de 3%. O faturamento foi de mais de R\$ 500 milhões em prêmios, e a empresa pagou R\$ 16 milhões de indenizações. “Isso mostra que não somos bons somente em termos de escala, mas temos qualidade de subscrição”.

Contudo, parte daí a idéia de con-

**“Quando saíram as regras de audiência pública, começamos a simular alguns modelos, precisamos fazer muitos estudos. E em 19 de dezembro, com as regras definitivas, começamos a tratar a idéia como realidade. O sonho estava se concretizando”**

tinuar uma história bem sucedida, diversificando negócios para a área de resseguros. Malucelli garante que, apesar de ser um ambiente novo para o grupo, e da falta de expertise no ramo, a experiência como cliente de resseguradoras internacionais há mais de nove anos ajudou muito a aprender sobre o mercado de resseguros. Desde 1998, quando iniciou-se o programa de concessão de rodovias no Brasil, o IRB não tinha condições de atender às demandas e “empurrou” as empresas, inclusive a J. Malucelli Seguradora para o mercado

internacional. “Pegamos a malinha e fomos para o mercado da Argentina, que era mais próximo, e depois em outros países, para dar capacidade para nossos clientes. A partir daí começamos a entender a lógica e a ótica do ressegurador, de análise de riscos e constituição de suas reservas e destinação de capital. E agora nós é que estamos vivendo isso”.

Mesmo assim, a empresa tomou o cuidado de contratar Luis Alberto Pestana, profissional conceituado no mercado de Seguro Garantia e com mais de 10 anos de experiência como diretor na área de Garantias da Munich Re, uma das maiores resseguradoras mundiais. “Ele está agregando a experiência e a visão do ressegurador do Seguro Garantia. A gente tem expertise de análise de risco, de conhecer o cliente, do approach comercial, e o Pestana está trazendo o know how da operação de resseguros, transferência de risco de constituição de reservas”. O executivo está trabalhando com a empresa desde o fim do ano passado, quando o grupo passou



a estudar a fundo o processo da resseguradora.

Já o presidente da J. Malucelli Seguradora, João Gilberto Possiede continua com o cargo na seguradora, mas passa a atuar também como co-membro do conselho de administração da J. Malucelli Re. Para ele, a abertura do resseguro e a quebra do monopólio do IRB representam um avanço e uma liberdade de operações que existe na maioria dos países e se orgulha de fazer parte do grupo que iniciou o processo de abertura. “Somente três ou cinco países mantêm ainda este monopólio, daí a razão de dizermos avanço. Por outro lado, há um fato histórico que a primeira empresa que solicita à SUSEP a autorização para operar em resseguros é uma empresa privada, totalmente brasileira”.

**Processo** - O processo para a criação de um projeto para o pedido de autorização da resseguradora foi complexo, mas rápido, já que a companhia estava acompanhando muito de perto as regras de abertura do mercado, mais recentemente. “Então, quando saíram as regras de audiência pública, começamos a simular alguns modelos, precisamos fazer muitos estudos. E em 19 de dezembro, com as regras definitivas, começamos a tratar a idéia como realidade. O sonho estava se concretizando”, ressaltou Malucelli.

O projeto apresentado à SUSEP - Superintendência de Seguros Privados - foi muito elaborado e estudado. Foi necessário submeter as regras ao Conselho de Administração do Paraná Banco, que aprovou a constituição da resseguradora com capital de R\$ 70 milhões, R\$ 10 milhões a mais do que o mínimo exigido pelas regras da Superintendência. “Trabalhamos feito loucos para dar entrada na SUSEP ainda no mês de janeiro. Então vira-

mos algumas noites para poder preparar e ter negócios muito consistentes, com a análise de cenários conservadores, realistas e otimistas e conseguimos protocolar nosso pedido dia 31 de janeiro e começamos a realizar o desejo de montar uma resseguradora local, com capital nacional”.

Malucelli disse que o dia do protocolo foi muito especial, já que, o Superintendente da SUSEP, Armando Vergílio dos Santos Junior, afirmou que esse fato marcaria, de fato,

**“Esse é um momento muito importante de transformação do mercado. O fato de estamos montando a resseguradora mostra, não só empreendedorismo, mas desafio. Em contrapartida o fato de focar só em Seguro Garantia mostra conservadorismo e responsabilidade”**

a abertura do mercado de resseguros após 60 anos de monopólio.

A SUSEP não deu prazo para apresentar as respostas, mas Malucelli tem expectativa de uma autorização prévia ainda este mês. O presidente garante que não há possibilidade alguma de negativa do pedido por parte da Autarquia, pois todos os requisitos exigidos estão satisfeitos. “O plano de negócios é muito bem estruturado porque nós temos o histórico de 12

anos de operação de Seguro Garantia, então temos uma base concreta. O que pode demorar mais é o tempo de autorização”.

Apesar de se dizerem prontos para começar a atuarem no mercado até abril, Malucelli disse que ainda há um longo caminho pela frente. “Na parte formal e legal, aprovação prévia e depois autorização de funcionamento e a estrutura física, a parte de sistemas e de pessoal, mas as coisas estão correndo em paralelo. Fiquei muito entusiasmado em conversa com o a SUSEP, quando vi que eles trabalham com o cronograma para abril.

A matriz da resseguradora estará sediada em Curitiba, onde estão a sede da J. Malucelli Seguradora e a J. Malucelli Vida e Previdência, mas as operações serão concentradas em São Paulo. Há um contrato de compartilhamento de serviços, já que, segundo o presidente, a resseguradora terá uma estrutura muito enxuta, o que não justifica montar outra estrutura somente para ela.

“Esse é um momento muito importante de transformação do mercado. O fato de estamos montando a resseguradora mostra, não só empreendedorismo, mas desafio. Em contrapartida o fato de focar só em Seguro Garantia mostra conservadorismo e responsabilidade”, completou o presidente. “Além de desafio, é uma responsabilidade tremenda, já que somos a vitrine, mas estamos muito seguros, responsáveis e pé no chão, com muitas idéias e com muitas condições de ter sucesso nessa operação”.

Malucelli concluiu dizendo que, em 2008, o mercado poderá contar com cerca de 8 resseguradoras locais, sendo que nenhuma delas especializada em Seguro Garantia. “Mas o mercado tem espaço para todo mundo, é só saber trabalhar bem”.

# Novo passo para a efetiva abertura

Depois da LC 126, aprovada há um ano, normas do CNSP estabelecem as regras que permeiam os negócios no novo mercado de resseguros

Um ano após a aprovação da Lei Complementar 126, de janeiro de 2007, que determinou a abertura do mercado de resseguros e conseqüentemente, o fim do monopólio do IRB – Brasil Re, as normas estão se definindo e o mercado, começando a se desenhar rumo à efetiva abertura.

Há tempos o mercado vem insinuando alguns passos rumo à abertura. O primeiro ciclo de desregulamentação, que aconteceu na década de 80, e a Lei 9.932, de 1999, a primeira tentativa de regulamentar um novo mercado, são exemplos frustrados. Mas depois disso, quando a privatização prevista do IRB - (Instituto de Resseguros do Brasil) - não aconteceu, o assunto parece ter sido deixado de lado e saiu de pauta.

Contudo, a aprovação da LC 126, que ocorreu no início do ano passado, foi uma surpresa para todo o mercado. “Falava-se do assunto há tempos, mas quando eles decidiram, de fato, foi uma aprovação rápida e que ninguém estava esperando”, explicou o advogado Marcos Ludwig, do escritório Veirano Advogados

Diante dessa aprovação, o ano de 2007 foi um período de discussões e regras transitórias, com poucas transações realizadas, o que segundo Ronald Kaufmann, presidente da Transamérica Re Consultoria e Seguros Ltda no Brasil, “foi um ótimo exercício para o futuro que se avizinha”. As normas aprovadas pelo CNSP - Conselho Nacional de Seguros Privados, divulgadas em 19 de dezembro, e sobretudo a Resolução nº 168, que determinou patrimônio líquido necessário para



Marcos Ludwig, escritório Veirano Advogados as empresas estrangeiras atuarem no Brasil, além do rating e as regras de preferência, ajudaram a definir o novo mercado e a atratividade para as resseguradoras estrangeiras.

O mercado aberto, portanto, deve começar a vigorar a partir de abril deste ano, quando termina o prazo de 120 estipulados pela SUSEP (Superintendência de Seguro Privados) para passar a vigorar a Resolução nº 168. Nesse período, as empresas estão estudando e se preparando e algumas delas, segundo o diretor da SUSEP, Murilo Ma-

Janeiro 2007	Julho 2007	Dezembro 2007	Abril de 2008
Aprovação da LC 126/07	Aprovação das normas transitórias	Aprovação das resoluções do CNSP e início das inscrições de resseguradoras junto à SUSEP	Início das operações no mercado de resseguro aberto: resseguradoras devem estar cadastradas como Locais

tos Chaim, já protocolaram suas inscrições para avaliação da autarquia. “Muitos já se mostraram interessados, inclusive, em atuar como resseguradores locais. E até abril teremos muitas definições, pois, ou as empresas se definem, ou não atuam no mercado”, disse. J. Malucelli, Munich Re, Lloyd’s e Swiss Re já declararam oficialmente sua intenção em atuar no mercado (ver matéria página 28)

Segundo Ludwig, há três tipos de grupos de empresas que podem ter interesses em se constituir como resseguradoras no Brasil: empresas estrangeiras, empresas de investimentos, que já tenham negócio no Brasil e uma joint ventury desses dois tipos de empresas. “O mercado espera que haja interesse, tanto de seguradoras, quanto de empresas estrangeiras que nunca tiveram negócios no País. Itaú e Bradesco já cogitam a idéia de abrir suas próprias resseguradoras”, disse.

## Grandes desafios que trazem grandes oportunidades

De acordo com o advogado, ex-diretor da SUSEP e sócio do escritório Demarest & Almeida Advogados, João Marcelo Máximo dos Santos, esse momento de transição da abertura do mercado gera desconforto e insegurança, mas não deve despertar preocupação e perplexidade. “O monopólio que deveria deixar perplexo.

Esse é um momento ótimo para quem quer melhorar e evoluir. Mas os desafios existem”.

Segundo ele, o resseguro se transformará em um elemento de competitividade das empresas, por isso, é importante que as elas conheçam a fundo seus negócios, suas carteiras e seus riscos. “O Brasil não tinha resseguro ainda. Com o IRB, a política de subscrição era ineficiente e os programas muito pouco complexos, porque ele tinha que aceitar o risco de qualquer forma. Com o mercado aberto, será necessário mais conhecimento e mais eficiência das empresas, porque se não, elas vão ficar para trás”.

Não há dúvidas, contudo, que esse novo cenário trará um mercado mais dinâmico e novos produtos, já que antes, tudo era limitado ao que o IRB conseguia desenvolver. Murilo Matos Chaim acredita que os prêmios de resseguros vão aumentar em 200% nos próximos três anos e os prêmios de seguros, de acordo com estudo da Funenseg – Escola Nacional de Seguros –, elaborado pelo professor da Fundação Getúlio Vargas, Lauro Faria, deve crescer 40% nos próximos três anos, quando o mercado vai começar a funcionar efetivamente. As boas perspectivas econômicas e do potencial do mercado de seguros, além do fato de o Brasil não ser tão exposto a catástrofes, vão auxiliar no sucesso do mercado de resseguros, segundo Chaim.

Em números concretos, de acordo

com um estudo realizado pelo consultor Luiz Roberto Castiglione, 2007 deverá fechar com prêmios de resseguros na ordem de R\$ 3,7 bilhões, com expectativa de R\$ 4,2 bilhões em 2008 e R\$ 6,2 bilhões em 2011, elevando a participação de resseguro no PIB de 0,16% em 2007 para 0,19% em 2011. “Como se pode observar até o momento, temos um mercado reprimido. Todavia com a nova Legislação de Resseguro, aliada às expectativas econômicas do País, as perspectivas no longo prazo são muito favoráveis”, disse o consultor. Segundo ele, os principais segmentos que sofrerão incrementos com a abertura do mercado



João Marcelo dos Santos, escritório Demarest & Almeida Advogados



são os seguros voltados para o Agronegócio; Riscos Empresariais; Riscos Especiais (Aeronáutico, Cascos, Riscos Petróleo, Satélites e Riscos Nucleares); Garantia; Riscos de Engenharia; Habitacional; Crédito; Riscos ambientais e algumas modalidades de Responsabilidade Civil.

Para Santos, contudo, mesmo com as boas perspectivas que o Brasil enxerga, o País vai ter que buscar seu espaço. “Temos 1,5% do mercado mundial de seguros. Portanto, embora sejamos oportunidade para o mundo, vamos entrar numa ‘festa’ de pessoas que já se conhecem e ter que interagir”, apontou.

O maior desafio, segundo ele, será vencer a tendência brasileira de uma dependência do Estado. “O mercado agora vai ter que construir suas verdades. Vivemos uma mudança de paradigma e muitos conhecimentos que tínhamos deixam de ser importantes, e outros que não tínhamos vão ser essenciais e estratégicos nesse novo momento”.

### Os dois lados da moeda: as dificuldades para seguradoras e resseguradoras

Mesmo trazendo inúmeras possibilidades, o novo cenário do mercado vai trazer também algumas dificuldades para as seguradoras. O desafio, segundo João Marcelo Santos, é de uma gestão de inovações. “As empresas têm que se manter à frente de seus concorrentes. E para tanto, é necessário se diferenciar e ter boas práticas de governança corporativa, que será uma demanda do mercado. As seguradoras menos evoluídas vão ser penalizadas pelas resseguradoras com preços maiores”, aconselhou.

A gestão administrativa contará grande vantagem entre as seguradoras, que terão de estar preparadas para atuar com mais de uma resseguradora ao mesmo tempo. “E temos que lembrar que cada uma delas tem riscos diferentes. O mercado será mais livre, mas será muito mais profissional também”.

**“O Brasil não tinha resseguro ainda. Com o IRB, a política de subscrição era ineficiente e os programas muito pouco complexos, porque o IRB tinha que aceitar o risco de qualquer forma. Com o mercado aberto, será necessário mais conhecimento e mais eficiência das empresas, se não, vão ficar para trás”, João Marcelo**

De acordo com o presidente da ACE Seguradora, Marcos Aurélio Couto, a gestão agora deverá ser além de inovadora, pormenorizada. “Estou excitado e preocupado”, afirmou, completando que trata-se de uma preocupação boa. Segundo ele, esse momento da abertura do mercado é perfeito para a companhia, que se sente totalmente pre-

parada para aproveitar esse momento. “O cenário vai exigir mais capacitação e mais responsabilidade na administração completa dos contratos. Agora serão muitos interlocutores, não só o IRB”.

Os negócios com o IRB, segundo ele, pode gerar também algumas dificuldades. “Sabemos que, como local, ele terá problemas para atender as demandas, com prazos de respostas, contratos diferenciados e distintos dos até hoje conhecidos, porque hoje ele já tem muitos problemas”.

A ACE, que fechou 2007 com R\$ 612 milhões em prêmios, pretende um crescimento de 20% em novas ações de canais, principalmente no ramo Vida, em que a seguradora passou a atuar no ano passado e em Riscos Financeiros e na carteira de Energia, na qual a companhia tem um bom desempenho. Dentro desse montante, são cerca de US\$ 50 milhões cedidos em resseguros, um valor baixo, mas que, segundo Couto, pode aumentar com a abertura do mercado.

Mas os negócios poderão ser ainda



Marcos Aurélio Couto – ACE Seguradora



Ronald Kaufmann – Transamerica Re

mais proveitosos com a entrada da ACE Resseguradora no mercado de resseguros brasileiro. Segundo declarou Couto, a empresa já mostrou interesse em atuar como resseguradora Eventual. A explicação é que o modelo de resseguro da ACE é mais voltado à retrocessão, portanto, seria a melhor opção de negócio.

Já para as resseguradoras, havia ansiedade generalizada em relação a aprovação das regras que permeiam o resseguro. Segundo Ronald Kaufmann, presidente da Transamérica Re Consultoria e Seguros Ltda no Brasil, - especializada em resseguro de Vida - o processo de aprovação foi muito proveitoso para todos os players do mercado de seguro e todos puderam participar efetivamente das decisões. “Foi um período muito fértil de discussões e promulgação de todas as normas, que ficará marcado para a indústria do seguro. Esse ano será o primeiro do resto de nossas vidas. Estávamos somente esperando para colocar em prática e vamos experimentar essa fase de transição, que trará muitos aprendizados”.

Kaufmann afirmou que o Brasil es-

tá em um momento institucional de transparência e contribuição para a indústria e acredita que o trabalho da SUSEP foi muito bem executado nessa fase de transição. Ele concorda que as regras aprovadas vão favorecer novos players no mercado para concorrer com o IRB. “As novas regras são favoráveis e encorajarão a atuação de muitos resseguradores no mercado brasileiro. Alguns ajustes ainda serão necessários, para refletir melhor as características do mercado de resseguros de Vida, mas nós estamos otimistas que isto acontecerá o mais breve possível. A troca de idéias entre os reguladores e o mercado no que diz respeito aos requerimentos de capital, reservas e solvência, foram muito produtivas e demonstraram o desejo de todos, em atingir o mais amplo consenso nestes importantes assuntos”.

Para ele, a abertura do mercado vai favorecer, e muito, o crescimento do mercado de resseguros para Vida, que hoje é de US\$ 65 milhões. “O mercado atual não tem a ver com o mercado potencial. Vai crescer enormemente e as resseguradoras serão alavancas de crescimento para novos segmentos de mercado e consumidores”, opinou.

E ele concorda que será um grande desafio, tanto para as resseguradoras que precisarão se adaptar e conhecer o mercado brasileiro, quanto para as seguradoras, que precisarão ser muito mais profissionais. “Faremos uma análise de como se fossemos comprar a companhia, porque seremos parceiros e nada mais natural do que sabermos o que acontece lá. Portanto, as seguradoras terão de estar preparadas para isso”. Para tanto, as companhias terão que trabalhar na aquisição de conhecimento sobre gerenciamento de risco, além do investimento em pessoas e sistemas de dados e controle. “Parece óbvio, mas só assim elas terão condições de se diferenciar”, completou.

### Regras de preferência e de capital

Pelas regras estabelecidas na LC 126, qualquer transferência de risco deverá ser feita com um dos três tipos de resseguradores previstos: o local, admitido e eventual. “Não existirá operação para quem não está cadastrado”, disse Murilo Matos Chaim. A lei estabeleceu também que a oferta preferencial será ao mercado local,

## MERCADO DE RESSEGUROS\*

- 1939 – criação do IRB
- 1967 – criação da SUSEP
- Final da década de 80: Primeiro ciclo de desregulamentação
- Emenda 13 (1996) – Fim do monopólio
- 1997 – Autorizada entrada do capital estrangeiro
- 1999 – Lei nº 9.932 – Primeira tentativa de abertura do mercado (Lei suspensa em 2000)
- 2003/2006 – Segundo ciclo de desregulamentação e modernização da regulação
- 2007 – Aprovação da Lei Complementar

\*Dados: João Marcelo dos Santos e Ronald Kaufmann

com 60% de cada risco cedido, nos primeiros três anos e 40% depois disso e ainda, estipulado um limite de cessão para resseguradoras eventuais. “Temos muitas regras para garantir operações válidas e que preservem a solvência do mercado”, exaltou o diretor.

As normas do CNSP estipularam a base de capital necessário e o rating para a operação de cada tipo de resseguradora (ver box) tabela. Para os resseguradores locais será exigido reserva nos mesmos moldes das seguradoras brasileiras. Já para os admitidos, as reservas serão no valor mínimo de US\$ 5 milhões ou US\$ 1 milhão para o ramo vida. A regra não vale para os eventuais, que não constituem reservas no País.

O Ministério da Fazenda agora está definindo o limite máximo dos resseguradores eventuais e trabalhando em uma forma de conseguir equidade no tratamento tributário entre os três tipos de resseguradores. O Conselho Monetário Nacional cuidará das regras opera-

cionais e contas em moeda estrangeira e regras de investimentos para os locais e admitidos.

Dentro dos princípios gerais da regulamentação, Chaim afirmou que não haverá hipossuficiência entre as partes no contrato e vão se aplicar, aos resseguradores locais, as regras, peculiaridades técnicas e contratuais das seguradoras. “Vamos trabalhar também para a equidade de competição entre os três tipos de resseguradoras”.

## Histórico

Os primeiros sinais que convergiam para a quebra do monopólio do IRB, que foi criado em 1939, aconteceu em agosto de 1996, com a aprovação pelo Congresso Nacional da Emenda Constitucional nº 13, que extinguiu a expressão “órgão oficial ressegurador” do texto constitucional. Em 1997, o IRB foi transformado em uma sociedade de economia mista, por ações, sob controle do governo.

Em outubro de 1999, o leilão que havia sido marcado para a venda do controle do IRB foi adiado pela falta de consenso em relação às regras que contemplariam o mercado após a abertura. Portanto, o projeto de lei ordinária nº 9.932, sancionada pelo Presidente Fernando Henrique Cardoso, em dezembro de 1999, foi suspenso em junho de 2000, impedindo a abertura do mercado.

Depois disso, foi editada a Lei Complementar 126, que efetiva a quebra do monopólio e as Normas do CNSP, divulgadas no Diário Oficial da União em 19 de dezembro, estabelecem as últimas regras de preferência e solvência e estabelecem 120 para o início do mercado aberto. Em outubro de 2007, a SUSEP já havia liberado uma minuta das resoluções e aberto um período de um mês para a realização de audiências públicas. Na oportunidade, a autarquia recebeu contribuições de diversas empresas interessadas no processo de abertura do mercado.

Capital mínimo	LOCAL	ADMITIDO	EVENTUAL
	Base de R\$ 60 milhões + capital adicional	US\$ 100 milhões	EVENTUAL US\$ 150 milhões
Provisões, ativos e garantias	Provisões e ativos investidos conforme regras do CMN/CNSP	Conta em moeda estrangeira vinculada à SUSEP com saldo mínimo de US\$ 5 milhões (US\$ 1 milhão para resseguradores de Vida) + adicional conforme risco de crédito do ressegurador	Provisões conforme regras de seu país
Regras prudenciais e exigências para cadastro	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Limite de retenção definido conforme nota técnica atuarial</li> <li>- Controles internos</li> <li>- Fiscalização da SUSEP</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Rating mínimo BBB</li> <li>- 5 anos de experiência</li> <li>- Declaração anual de regularidade do supervisor do país de origem</li> <li>- Apresentação anual das demonstrações financeiras</li> <li>- Procurador e escritório de representação</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Rating mínimo BBB</li> <li>- Idem</li> <li>- Idem</li> <li>- Procurado</li> <li>- Não estar constituído em paraísos fiscais</li> </ul>

# Resseguradoras já se movimentam para entrar no mercado

J. Malucelli e Munich Re vão atuar como locais. O Lloyd's se estabeleceu no Rio e a Swiss Re, em São Paulo, ambos como admitidos

O desenho do mercado começa a tomar forma com o interesse demonstrado pelas empresas em atuarem no mercado brasileiro de resseguros. A J. Malucelli e Munich Re já fizeram seus pedidos à SUSEP – Superintendência de Seguros Privados - para atuarem como resseguradoras locais. Por outro lado, o Lloyd's anunciou a abertura de um escritório no Rio de Janeiro e a Swiss Re, vai utilizar o escritório da operação já existente, em São Paulo, como escritório de representação de resseguradora admitida. “É muito interessante o que estamos assistindo, porque dá para se ter uma idéia melhor do que vai ser o mercado”, afirmou o advogado Marcos Ludwig, do escritório Veirano Advogados. Segundo ele, se essas intenções se confirmarem teremos atuando no mercado como ressegurador local o IRB, a J. Malucelli, como resseguradora especializada em Seguro Garantia, e seguindo um exemplo de tendência de especialização e a Munich Re, uma resseguradora mais generalista. Uma outra possibilidade para atuar como local, segundo ele, seria o grupo XL, de bermudas, que já tem um escritório de representação no Rio de Janeiro, mas que ainda não formalizou interesse junto à SUSEP.

A J. Malucelli, por meio do Paraná Banco, foi a primeira a fazer pedido de autorização prévia para a constituição de resseguradora de capital privado do Brasil no dia 30 do mês passado. Serão investidos R\$ 70 milhões de capital inicial e a estratégia é de utilizar a resseguradora para os negócios da própria seguradora. A J. Malucelli Seguradora é especializada em apólices de Garantia, e apresentou um incremento no faturamento total de 90% em 2007, para R\$ 210 milhões. Em Seguro Garantia, o crescimento atingiu 114%, para R\$ 174,5 milhões. A empresa já pagou, nos últimos anos, cerca de R\$ 470 milhões em prêmios de resseguro, e a inten-

ção é que esses prêmios sejam retidos pela nova resseguradora do grupo (ver matéria página 18).

Seguindo o mesmo caminho, a Munich Re, uma das maiores resseguradoras do mundo, anunciou que vai abrir uma subsidiária local em São Paulo. De acordo com o diretor técnico e jurídico do grupo Munich Re, Walter Polido, o pedido formal, da intenção da Munich Re de se estabelecer como Resseguradora Local no Brasil, já foi feito à SUSEP. “E a indicação foi prontamente acolhida e com entusiasmo pela Autarquia”, afirmou Polido.

Segundo comunicado divulgado no início do mês, a escolha foi a melhor forma de aproveitar o momento de abertura do mercado brasileiro. “Agora nós podemos oferecer a proteção do resseguro às seguradoras primárias no Brasil em todas as linhas de negócio. Isto cria promissoras oportunidades de negócio para nós”, afirmou em nota o responsável do conselho de administração pela América Latina, Georg Daschner. A empresa pretende operar em todas as linhas de negócios tecnicamente bem gerenciados e trabalhará com Contratos e Facultativos, nos diversos segmentos.



Walter Polido, diretor técnico e jurídico do grupo Munich Re

A Resseguradora, uma das maiores do mundo, com lucro de 3,5 bilhões de euros em 2006, já tinha um escritório de representação em São Paulo há 10 anos.

Segundo Polido, a empresa permanecerá no mesmo endereço, ampliando apenas a ocupação de mais espaço no edifício, mas no futuro poderá mudar para outro local. “Por ora não pretendemos iniciar os dois processos da fundação de uma Resseguradora Local (com as providências de toda ordem que isso representa) e ao mesmo tempo mudarmos de endereço. Uma coisa de cada vez. De qualquer maneira um ponto já é certo: a Munich Re permanecerá em São Paulo, o maior centro de negócios de resseguro do País”, acentuou.

Em relação às resseguradoras admitidas, o processo deve se acelerar, depois que a SUSEP aprovou a Circular 359 de 31/01/2008, que estabelece procedimentos para o cadastramento desse tipo de resseguradores no País e a obtenção de autorização prévia da autarquia para instalação de escritório de representação. “Se espera, com isso, que vários candidatos se entusiasmem”, apontou o advogado Marcos Ludwig.

O Lloyd's of London, maior mercado de seguros e resseguros do mundo, oficializou a abertura de seu escritório de representação no Rio de Janeiro para atuar como ressegurador admitido. A decisão foi anunciada no dia 13 pelo chairman do Lloyd's, Lord Peter Levene, ao governador Sérgio Cabral e ao superintendente da SUSEP, Armando Vergílio dos Santos Júnior. Com uma estrutura peculiar, o Lloyd's é formado por 75 sindicatos e 46 agentes em mais de 200 países e tem capacidade para subscrever cerca de US\$ 31 bilhões em 2008. É es-

pecializado em riscos especiais como o que levou ao pagamento de cerca de US\$ 8 bilhões à indústria do petróleo no Golfo do México, após o desastre provocado pelo furacão Katrina nos Estados Unidos.

A regulamentação prevista pela SUSEP estudou o caso do Lloyds à parte e considerou o grupo como um único ressegurador admitido. “É um instituto de 300 anos de história com sede apenas em Londres. Não fazia sentido um Lloyds no Brasil como ressegurador Local. Essa representação vai ser apenas um elemento que liga o mercado brasileiro a seus membros”, completou Ludwig.

Seguindo o exemplo dos concorrentes, a Swiss Re, empresa fundada em Zurich, em 1863, presente em 25 países, e há 12 anos com escritório no Brasil, também anunciou a presença no Brasil como resseguradora admitida. “Especialista global em gestão de riscos e capitais, a Swiss Re prima por agregar valor ao negócio de seus clientes, ajudando-os a gerir sua base de capitais da forma mais eficiente. Agora também o mercado brasileiro poderá se beneficiar dessa experiência mundial. É nosso compromisso servir nossos clientes brasileiros com as melhores soluções e produtos”, afirmou em nota Beat Strelbel, executivo à frente da Swiss Re América Latina.

De acordo com o advogado, cerca de outras 15 empresas podem mostrar interesse em atuar como ressegurador admitido, como a General Re e a Paris Re.

### O IRB e a concorrência

O IRB-Brasil Re está agindo em quatro frentes para enfrentar a concorrência das empresas que estão en-



Eduardo Nakao,  
presidente do IRB-Brasil Re

trando no mercado. O instituto vai melhorar as práticas de governança corporativa, avaliar melhor a seleção da carteira de clientes, considerando gestão de riscos e metodologia de subscrição. Além disso, o IRB está trabalhando no aperfeiçoamento da administração de recursos financeiros e na atualização da política de recursos humanos em ambiente concorrencial. “Com a competição no mercado de resseguro, as seguradoras poderão segregá-las as operações de seguro, procurando formatá-las de acordo com as características dos segurados, e também admitir uma redução nos prêmios. O IRB-Brasil Re sai na frente como ressegurador local já instalado e conhecedor das peculiaridades do mercado de resseguro nacional. A empresa tem todas as condições para usufruir dos benefícios decorrentes, com liberdade para escolher os riscos compatíveis com a sua estratégia, que é baseada na busca da melhor relação custo-benefício, sem perder o objetivo de manutenção da atratividade para os seus acionistas em longo prazo”, afirmou o presidente do Instituto, Eduardo Nakao.

# Projeto de capacitação da AGF forma 27 jovens da comunidade Santa Rita



Alunos com Rose e Max

A AGF realizou, em dezembro, a formatura de 27 jovens pelo Programa de Capacitação de Adolescentes da AGF Seguros. Trata-se de mais uma iniciativa, integrada ao Projeto Vida Nova, da Associação Beneficente e Assistencial dos Funcionários do Grupo AGF Brasil Seguros (ABA), e a Subprefeitura da Penha, que atende cerca de 170 jovens da comunidade Santa Rita, na Zona Leste de São Paulo. “Os vejo determinados, sensatos, responsáveis e éticos. Que esse certificado seja o passaporte para um grande futuro”, declarou Rose de Oliveira, diretora dos projetos sociais da ABA, durante a cerimônia de formatura.

O projeto, com o objetivo de promover orientação profissional para jovens da região ingressarem no mercado de trabalho, selecionou 27 estudantes, de 15 a 17 anos, da Escola Estadual República do Uruguai e ofereceu um curso de 10 meses, em parceria com o Senac São Paulo. Os alunos contaram com aulas de marketing pessoal, comunicação, informática, comportamento no trabalho, atendimento ao cliente, dentre outros. “Esses adolescentes carentes sentem in-

segurança como qualquer outro adolescente, mas a situação se agrava por falta de estrutura. Diante disso, nosso objetivo é o acompanhamento, socialização e a orientação profissional para eles entenderem o mercado de trabalho”, disse.

Para a professora do Senac, responsável pelo núcleo central comportamental do projeto, Ivone Salles, foi muito importante participar dessa iniciativa. “Essa é a primeira vez que tive uma turma fora do Senac e foi muito gratificante. Eles agarraram essa chance e se dedicaram muito. Todos foram até o final. Foi um crescimento fabuloso para eles”, afirmou.

Ao final do curso, os jovens fizeram um estágio de 36 horas por meio da “Estação Vivência”, em comércio, lojas de shopping e de livros. “Essa parte do curso é muito importante para eles sentirem como é buscar o primeiro emprego, e mais do que isso, aprender a lidar com a frustração de receber um não”, completou Oliveira. E os alunos apreciaram a experiência. “Nunca ia ter conseguido um curso assim, não fosse essa oportunidade. Mas agora penso que depende de cada um, e acho que vou conseguir

um emprego”, disse Peter do Carmo Monteiro, de 16 anos. Para Juliete Santos Santana, de 17 anos, a oradora da turma, o curso foi bom, não só profissionalmente, mas contribuiu para seu crescimento pessoal. “É uma responsabilidade muito grande. Mas, cada momento que passei com meus colegas e professores, me ajudaram muito. Hoje já tenho experiência e já sei como lidar com as situações e será bem mais fácil”.

Segundo o presidente da AGF Seguros, Max Thiermann, o esforço foi grande na tentativa de ajudar adolescentes para que tenham mais chance no mercado de trabalho. “Essas questões as vezes fogem ao nosso dia-a-dia, mas estão próximas ao nosso coração”, disse.

O presidente completou que, com esse projeto, a companhia fecha um ciclo, que iniciou na região com programas de nutrição e depois expandiu-se em outros projetos de educação. “Agora estamos contribuindo para a profissionalização desses meninos”. A expectativa é investir mais R\$ 2 milhões nos projetos em 2008.



**05 a 07 de maio de 2008**  
**Das 10h00 às 21h00**

Você e sua empresa são nossos convidados para se juntar aos principais executivos de TI do mercado de seguros e seguradoras do país.

Participe desse grande encontro.

O **CITISEG - Congresso Internacional de Tecnologia da Informação em Seguros** surge com o intuito, através de palestras e debates, propiciar aos profissionais de seguros participantes, a interação, o convívio e o debate com personalidades nacionais e internacionais de destaque na tecnologia da informação. Serão apresentadas as mais recentes tendências em alta tecnologia do que está sendo e o que vai ser praticado pelo setor, no mercado de seguros nos próximos anos.

A **EXPOTI - Exposição de Produtos e Serviços de Tecnologia da Informação em Seguros** vem proporcionar aos congressistas e aos executivos decisores pelo investimento em TI das seguradoras, o conhecimento e convívio com suas mais recentes soluções em tecnologia da informação.

Os eventos contemplarão as novas tecnologias, as tendências da infra-estrutura tecnológica do setor e da segurança da informação. e a certificação digital.

**Informações:**

Tels.: (11) 6221-2702 / (11) 6221-4163  
E-mail: [gbrazilfeiras@gbrazilfeiras.com.br](mailto:gbrazilfeiras@gbrazilfeiras.com.br)

Realização:



Afiliada à:



Organização:



# Seguros de RC acompanham bom momento do País

Visibilidade externa, abertura do mercado de resseguros e o PAC podem contribuir de forma importante para o segmento

Especialistas do mercado de Responsabilidade Civil acreditam que fatores como o PAC – Programa de Aceleração do Crescimento -, do Governo Federal, que vai gerar mais demanda em obras e infra-estrutura, engenharia, tecnologia e logística, a abertura do mercado de resseguros, que vai possibilitar novas tecnologias e maior capacidade, com coberturas mais amplas e específicas e a melhoria no poder judiciário, que acelerou os processos e tem mais confiabilidade, o que faz o consumidor reclamar mais, vão favorecer o segmento de RC de forma contundente, com a expectativa de 35% de crescimento para 2008.

---

O mercado de Seguros de RC - que destina-se a proteger o segurado de problemas causados a terceiros por culpa involuntária -, tem crescido em importância, sobretudo pela incidência maior de reclamações judiciais, resultantes nas alterações do Código Civil e por maior conhecimento da população.



“O Brasil é a bola da vez para o mercado mundial e os investidores externos estão olhando o País de outra forma. Esse é o ano do otimismo e acredito que o mercado chegará facilmente a esse crescimento”, afirmou Roberto Uhl, responsável pela carteira de RC Profissional da ACE.

A grande aposta para o Unibanco AIG é o Seguro Ambiental. No ano passado, o crescimento

atingiu 17% em RC Geral, contra 8% do mercado. E dentro dessa carteira, que alcançou R\$ 68 milhões em receitas em 2007, 20% veio do Seguro Ambiental. A companhia lançou novos produtos no final do ano passado, como o Seguro Ambiental para prestadores de serviço, que teve aceitação muito boa. A expectativa para o ano que vem é de atingir R\$ 20 milhões em receita, um crescimento de quase 50%.

Para o supervisor de Commercial Lines da Unibanco AIG, Luis Nagamine, esse resultado será facilmente alcançado, diante da demanda do mercado. Segundo ele, a responsabilidade socioambiental comprovada tem sido requisito para o mercado de capitais. “Esse seguro torna-se um peso muito importante para as empresas. Além disso, a questão do amadurecimento das questões judiciais, que possibilita a aplicação das leis em casos reais, gerou mais demanda. E por fim a imposição e uma conscientização maior da sociedade, que cobra empresas sustentáveis, reafirmam nossas expectativas”, disse.

A Unibanco AIG, que atua há três anos nesse segmento, ainda é a única do mercado em Seguro Ambiental, mas Nagamine es-



Luis Nagamine - supervisor de Commercial Lines da Unibanco AIG

**“O Seguro Ambiental torna-se um peso muito importante para as empresas. Além disso, a questão do amadurecimento das questões judiciais, que possibilita a aplicação das leis em casos reais, geraram mais demanda. E por fim a imposição e uma conscientização maior da sociedade, que cobra empresas sustentáveis, reafirmam nossas expectativas”, Luis Nagamine**

pera para este ano a entrada de novas empresas. “Esse seguro exige muita especialização. Existem poucas empresas hoje que atuam no mundo inteiro. Os Estados Unidos, que tem obrigatoriedade no Seguro Ambiental, possuem 80% do mercado mundial. Mesmo assim, acredito que vamos ter alguma concorrência este ano”, explicou.

O segundo destaque da companhia é o Seguro de RC Profissional. De acordo com o executivo, hoje as empresas estão mais expostas, mas também têm consciência de que precisam estar amparadas. Em relação ao D&O, o crescimen-



Leandro Martinez Gerente de RC Executivos da Chubb

“Não concorremos com prêmio e não atuamos pensando em precificação. Nos diferenciamos pelos serviços e isso que contribuiu para o nosso crescimento”, Leandro Martinez

to foi de 130%, alcançando a carteira de 230 clientes. “Os executivos brasileiros estão se protegendo mais, principalmente pela questão da penhora on-line, que tem ocorrido frequentemente”.

Em 2007, a Unibanco AIG teve prêmios de R\$ 3 milhões, contra R\$ 40 milhões do mercado. “Fomos uma das que mais cresceu nesse segmento. Mas olhando os números, dá para perceber que ainda é um mercado bem promissor para a companhia”. A expectativa é de alcançar um crescimento de 20% em 2008.

Para Nagamine, grandes sinistros, como o da linha amarela do Metrô de São Paulo, que ocorreu no início de 2007, mostrou a importância das companhias estarem protegidas por uma apólice de seguros. “A nossa atuação possibilitou o cliente estar mais focado na gestão do problema do que na crise”, disse. “Além disso, permite com que a sociedade fique mais exigente da responsabilidade das empresas. Hoje há mais reclamações porque quando ocorre um caso como esse, as pessoas ficam mais informadas. Abrimos um novo patamar de prestação de serviços em que o mercado tem que se adaptar”.

A Chubb também alcançou um bom desempenho no segmento de

D&O, apesar da queda das taxas desse seguro. Segundo o Gerente de RC Executivos da Companhia, Leandro Martinez, os resultados, que atingiram 450 apólices emitidas e um crescimento de 7% em 2007, se deve ao know how que a Chubb tem nesse tipo de seguro. “Não concorremos com prêmio e não atuamos pensando em precificação. Nos diferenciamos pelos serviços e isso que contribuiu para o nosso crescimento”, apontou o gerente.

Martinez não informou as expectativas para o ano que vem, mas disse que esse mercado tem sido muito importante para a companhia. “Há um crescimento constante porque é um segmento crucial do ponto de vista comercial para todas as empresas. E os próprios executivos que vão trabalhar nessas empresas colocam como condição possuir um seguro de D&O para contratos de relevância”, completou.

No mercado de RC Geral, a Chubb atingiu um crescimento acima do esperado, segundo o Gerente de Contas de RC, Márcio Guerrero, com prêmios que chegaram a R\$ 8 milhões. “Segmentamos a carteira e apresentamos soluções para outros mercados, como o de controles de perdas de exportador, que teve muito sucesso. Agora, vamos trabalhar com novas linhas de geração de energia e investir muito mais em 2008”, afirmou. A aposta da companhia é trabalhar em soluções



Márcio Guerrero – Gerente de Contas de RC da Chubb

na específica, a partir do meio do ano, que segundo o Gerente, vai contar com novas tecnologias e coberturas.

Hoje a companhia ocupa o 14º lugar em prêmios e é a 3ª do ranking. “Acionistas e corretores estão muito satisfeitos, mas olhando o tamanho do mercado, ainda temos muito a crescer”, concluiu.

A ACE pretende um grande crescimento em RC Profissional este ano. Isso porque a companhia está lançando o RC Profissional Médico,

técnicas, entendendo a necessidade do cliente e do corretor. “Não trabalhamos simplesmente com taxas. Damos a nossa opinião e agregamos outros serviços e assim, fidelizamos o cliente”.

Para Guerrero, esse mercado ainda tem grande potencial de crescimento, já que muitas empresas ainda não compram o seguro, ou compram com limite muito baixo. “É uma questão cultural. Mas a Chubb entende o mercado e temos experiência em onde queremos atuar, e acredito que os limites vão aumentar”, disse. E a Chubb está em processo de aprovação com a SUSEP - Superintendência de Seguros Privados - para atuar também com novos produtos de uma li-

que segundo o responsável pela carteira de RC Profissional da ACE, Roberto Uhl, vai movimentar US\$ 2 milhões, no primeiro ano. Esses números devem contribuir de forma importante nos resultados da companhia, que têm expectativas ousadas de crescimento, pretendendo dobrar a carteira em 2008.

“Vários fatores vão contribuir para o resultado, mas estamos com uma estrutura maior e buscamos respaldo da ACE Resseguradora para subscrever os riscos de maior exposição e vamos poder prestar um serviço de alta qualidade. Além disso, estamos trabalhando na expansão geográfica para o nordeste, interior de São Paulo e o Sul do País, que es-

tão crescendo em participação”.

No ano passado, a companhia já havia experimentado um crescimento expressivo. Foram R\$ 5 milhões, o que colocou a ACE a frente de algumas empresas importantes. “Fizemos parceria com associações de classe, com o sindicato dos corretores do Paraná e de São Paulo, além de trabalhar com produtos que o mercado não atuava, como engenharia, técnica de mídia e multimídia e tivemos um grande resultado com os advogados”. Outro fator foi o aumento da equipe, o que segundo Uhl contribuiu para analisar melhor o risco e prestar mais serviços.



Roberto Uhl responsável pela carteira de RC Profissional da ACE

## Grande nicho também para as corretoras

Uma área de destaque para a Marsh Corretora é o seguro de E&O, que protege o patrimônio da empresa e dos sócios por serviços que ela venha a prestar. Esse segmento tem crescido junto com a área de Saúde e de Pessoas e Benefícios, pela mudança de perfil dos clientes da corretora, mas também por um aumento muito grande no mercado de serviços como um todo. Para Paulo Baptista, Gerente de Produtos Financeiros da Marsh, o seguro de E&O, que se diferencia do RC profissional por atender as profissões não regulamentadas por órgãos, como corretoras de valores e instituições financeiras são grande aposta da companhia e do mercado como um todo.

“Esse seguro é muito importante para a empresa, que geralmente não tem patrimônio físico e os ativos não são muito altos. Por outro lado, o patrimônio intelectual é intangível. Uma consultoria, por exemplo, tem um potencial de dano muito grande quando dá uma opinião estratégica e pode ter que responder por essa falha”, apontou Baptista.

A expectativa de crescimento dos negócios em relação ao E&O é de cerca de 50% e 30% para o D&O. O gerente explica que em D&O, o cres-

cimento orgânico será grande, mas há queda nas taxas dos prêmios e maior concorrência. “Esse seguro é mais histórico no Brasil, portanto, as empresas estão mais confortáveis para reter risco e há mais familiaridade no ambiente jurídico. Além disso, há grande gama de produtos, que pulveriza o risco. Portanto, com as carteiras saudáveis, a taxa diminui”.

A Marsh passou a atuar, no ano passado, em outros segmentos que apresentaram importantes resultados, como é o caso de RC de Rádio e Difusão em empresas de mídia e D&O para membros independentes para conselho de administração. Para este ano, a corretora está expandindo a área de desenvolvimento de negócios com mais profissionais da área. “Temos também um intercâmbio com outras operações da Marsh na Europa, Estados Unidos e América Latina. Inovamos constantemente para suprir as necessidades de serviços de nossos clientes”.

Para Baptista, entretanto, o Brasil ainda está aquém das necessidades do mercado em termos de seguro de RC. “Mas as demandas por produtos está aumentando e o mercado vê situações concretas acontecendo. Esse é um grande caminho para alcançarmos mais cultura desse seguro”, concluiu.

“Esse seguro é muito importante para a empresa, que geralmente não tem patrimônio físico e os ativos não são muito altos. Por outro lado, o patrimônio intelectual é intangível”, Paulo Baptista

# Aliança do Brasil patrocina evento sobre qualidade de vida para mulheres

Seminário contou com a participação de celebridades, como Mônica Waldvogel, Serginho Groisman, Zeca Camargo e a atriz Rosi Campos

A Companhia de Seguros Aliança do Brasil, por meio do BB Seguro Vida Mulher, foi a patrocinadora oficial do 'Bem Viver - 1º Seminário de Qualidade de Vida Marie Claire'. O evento, que aconteceu em dezembro, teve a participação de celebridades, como a apresentadora Mônica Waldvogel, Serginho Groisman, Zeca Camargo, a atriz Rosi Campos e a jogadora de vôlei de praia Virna. Além disso, especialistas de renome, como o psicanalista e escritor Jorge Forbes, a psicóloga Cecília Russo Troiano, o iogue Pedro Kupfer e



Da esquerda para direita, Sergio Groisman e Virna Dias atrás, na frente, Sônia Hirsh, Monja Coen e Pedro Kupfer, alguns dos palestrantes do seminário

“É uma vida de equilibrista, mas mesmo assim, 51% das mulheres disseram que a jornada vale a pena”,  
Cecília Russo Troiano

a Monja budista Coen debateram temas de relevância como trabalho, saúde e bem-estar da mulher no mundo moderno.

O primeiro painel, com a mediação de Mônica Waldvogel, abordou bem-estar da mulher no trabalho e como conciliar a vida profissional com os afazeres domésticos e ainda os cuidados e atenção com os filhos. Segundo

a psicóloga e escritora Cecília Russo Troiano, 40% da população economicamente ativa hoje é composta de mulheres e 20 milhões delas têm filhos e trabalham fora. Autora do livro “Dores e Delícias”, em que foram entrevistadas 800 mulheres, ela aponta que 70% delas concorda que estão sobrecarregadas. “É uma vida de equilibrista, mas mesmo assim, 51% das corajosas

mulheres disseram que a jornada vale a pena”, ressaltou a psicóloga.

Para o psicanalista Jorge Forbes, vivemos uma fase de transição para o mundo moderno, em que as mulheres conseguem se adaptar muito melhor do que os homens, opinião compartilhada pela atriz Rosi Campos, que também participou do painel. “A mulher é mais aplicada, se sacrifica mais, sabe lidar melhor com as frustrações e alcançamos mais objetivos que os homens, porque acreditamos mais nos sonhos”, defendeu.

Completando a idéia do psicanalista, Waldvogel disse que para viver melhor nesse mundo moderno é preciso aceitar que ele não é mais o mesmo de antes. “Usamos ferramentas antigas para lidar com uma nova realidade. Mas se pensarmos para frente talvez descobriremos um mundo muito mais fascinante”, concluiu.

O painel sobre relacionamento despertou grande interesse da platéia que participou ativamente com perguntas, sob a medição de Zeca Camargo. A psicóloga especialista em stress, Ana Maria Rossi, explicou que a base do relacionamento é a auto-estima. “É a maneira de como cada um se vê. Por isso, é necessário ter objetivos, aprender com os erros, cultivar um estilo de vida saudável e focar sempre em aspectos positivos”.

Segundo a apresentadora Silvia Popovic, a vida em casal hoje é muito idealizada. “Antes a vida a dois era mais fácil porque havia modelos, portanto, não existia esse tipo de crise. O que temos que fazer hoje é controlar a sofreguidão para ser feliz”, apontou. A educadora sexual, psicóloga e jornalista, Laura Müller, ressaltou a importância do sexo em uma relação. “Ainda hoje, com todas a informação que te-

mos, 50% dos casais apresenta dificuldade sexual e 35% não têm orgasmo”. Müller apontou dados da Organização Mundial da Saúde (OMS) que diz que sexo é um dos ingredientes para manter a qualidade de vida. “Hoje, sexo não é mais considerado feio e sujo, faz parte de nossa vida”, disse.

A internet também fez parte das discussões sobre relacionamento. Segundo a apresentadora de TV, Renata Simões, a network trouxe uma nova modalidade de relação. “As pessoas usam a internet como faixa de segurança. Esse fato tem os dois lados porque, existe muita gente que se conhece e começa a namorar pela internet, mas outros, não conseguem mais sair de casa porque criam um relacionamento virtual e fantasioso”.

### Bem-Estar e Saúde

No último painel, que falou de Bem-Estar e Saúde, a jornalista e escritora, Sonia Hirsch abordou os cuidados necessários para uma vida saudável, passando pela promoção e prevenção da saúde e uma alimentação equilibrada e balanceada. “Para se alcançar a boa alimentação é necessário se prestar a atenção em três coisas: quantidade, qualidade e auto-conhecimento”, explicou.

O iogue Pedro Kupfer, concorda que para obter qualidade de vida, é necessário auto-conhecimento e cuidado com o corpo e com a saúde. “É muito importante ter vínculo com a natureza e trabalhar a relação com os demais, que é uma forma de se conhecer”. Além disso, segundo ele, também é essencial estar em paz consigo mesmo. “Levamos a vida muito a sério e não nos damos conta de coisas importantes. Mas a vida é

**“Nós somos a natureza em manifestação. Mas é necessário entrar em contato com a essência para saber quem você é. Sem saber o que queremos será que apreciamos a vida?”, Monja Coen**

sempre feita de escolhas e você pode escolher com o que se importar”.

Para Monja Budista, Coen, a qualidade de vida depende do que está acontecendo ao nosso redor. “Nós somos a natureza em manifestação. Mas é necessário entrar em contato com a essência para saber quem você é. Sem saber o que queremos será que apreciamos a vida? O que estimulamos em nós mesmos é de nossa responsabilidade”.

### BB Vida Mulher

O BB Seguro Vida Mulher alcançou a marca de 400 mil propostas vendidas em novembro. O produto da Companhia de Seguros Aliança do Brasil é exclusivo para o público feminino e foi desenvolvido por meio de um levantamento feito com mulheres de diferentes perfis. O seguro garante o pagamento do benefício em vida para diagnóstico de câncer de mama ou de colo do útero, sem a necessidade de comprovação de gastos.

Mais interativo, mais dinâmico, mais conteúdo

PLANETA SEGURO

buonny  
Projetos e Serviços

Mapa do Site

Busca no Site

São Paulo, quinta-feira, 7 de fevereiro de 2008

**Destaque**

**"Fantástico" tem queda espetacular no Ibope**  
Fonte: Folha de São Paulo

**Chubb é a seguradora de Sexo com amor?**  
A Chubb do Brasil e a corretora Aon somam mais um firme para a lista de clientes de entretenimento. [\(Leia mais\)](#)

**Sincor-DF realiza concorrência pública para vender imóvel**  
Sincor-DF irá vender o imóvel de sua propriedade, nas condições em que se encontra, situa... [\(Leia mais\)](#)

**Tropa de Elite disputa prêmios da 58ª edição do Festival de Berlim**  
No 58º Festival de Berlim, que começa hoje, o Brasil tentará voltar dez anos no tempo e repetir o res... [\(Leia mais\)](#)

**SulAmérica e Minas Pneu: mais benefícios ao segurado**  
A SulAmérica amplia benefícios para seus clientes, anunciando a parceria com a Minas Pneu. O... [\(Leia mais\)](#)

**Publicidade**

**Emocione,**

**Vinhos de São Paulo**  
Contato para shows

**200 MIL ANÚNCIOS DE EMPREGO**  
CATHO

**Últimas Notícias**

quinta-feira, 7 de fevereiro de 2008

- » Everest Re lucra US\$ 839.3 milhões em 2007
- » Tropa de Elite disputa prêmios da 58ª edição do Festival de Berlim
- » Corretores Nôm de buscar especialização, defende Sincor
- » Valorização motiva procura por seguro
- » Scor abre nova filial na China

quarta-feira, 6 de fevereiro de 2008

- » ACE Seguradora fecha acordo com Humana Seguros
- » Royal & SunAlliance Seguros fecha contrato para hidrelétrica
- » Peón de Sã vai comandar o WorldCare no Brasil

sexta-feira, 1 de fevereiro de 2008

- » Serasa cadastra roubo e extravio de cheques e documentos pessoais no feriado do Carnaval
- » Royal & SunAlliance Seguros fecha contrato para hidrelétrica

Todas notícias

TV 29" Tela Plana eHDTV e Closed Caption Gradiente Por R\$ 899,00 ou 12X de R\$ 74,92 sem juros

O portal Planeta Seguro oferece o melhor canal de comunicação pela internet. Veja as vantagens:

- Atualização diária;
- Cobertura de eventos com notícias em tempo real;
- ClippingSegtotal diário;
- InformativoSegtotal a qualquer hora do dia;
- Download da revista Seguro Total eletrônica com o mesmo formato da revista impressa, tornando a revista mais lida do mercado;
- Mais de 55 mil mensagens enviadas diariamente.



Acesse: [www.planetaseguro.com.br](http://www.planetaseguro.com.br)

# BB Seguro Saúde

## retoma crescimento, consolida modelo de parcerias e amplia linha de produtos para empresas

As alterações promovidas no modelo de negócios levaram a BB Seguro Saúde a fechar 2007 com um avanço de 15% na carteira de clientes, com um total de 86 mil vidas seguradas, resultado que evidencia a retomada do crescimento da Seguradora. O lucro líquido do exercício foi de R\$ 6,84 milhões, garantindo um retorno de 15,5% sobre o Patrimônio Líquido. “Ainda que a receita de prêmios, de R\$ 132 milhões, tenha se mantido nos patamares do ano anterior, esse desempenho superou nossas expectativas e indicam que estamos no caminho certo para atingir o objetivo de ampliar a carteira para 107 mil vidas em 2008”, adianta Edson Monteiro (foto), presidente da empresa. A meta corresponde a uma expansão de 25%, fruto da revisão do Planejamento para o período 2008-2011.

A estimativa tem por base os resultados positivos da alteração do modelo de negócios promovida pela seguradora, cujo eixo central foi a formação de par-

cerias com corretores especializados. Esse processo se consolidou ao longo do ano passado com expansão gradual do modelo, inicialmente implementado nas praças do Rio de Janeiro e de São Paulo com 12 corretores parceiros. O novo modo de operação foi estendido para o Paraná e o Distrito Federal e, ao fim de 2007, a BB Seguro Saúde já contava com 30 corretores parceiros.

Neste primeiro semestre a empresa se prepara para iniciar operações nos Estados do Espírito Santo, Pernambuco e Bahia, o que envolverá a incorporação de novos parceiros. A expansão vem sendo direcionada para as praças com maior potencial de negócios combinado com a suficiência e capacidade de atendimento da rede referenciada, cuja gestão está sob a responsabilidade da Sul América, também acionista da empresa.

A BB Seguro Saúde, seguindo seu plano estratégico, promoveu também uma profunda revisão de processos,



com ênfase na criação de produtos e soluções inovadoras. O resultado poderá ser conferido em fevereiro, com o lançamento de novas modalidades de produtos regionalizados, desenhados especialmente para empresas que não têm necessidade de cobertura nacional, reduzindo os custos das apólices e garantindo qualidade de atendimento. “Esses produtos vão tornar nossa linha ainda mais competitiva, em vista das condições diferenciadas de custo, colocando-nos em condições de igualdade com as demais operadoras”, diz Edson Monteiro. A família BB Seguro Saúde passa a oferecer soluções a partir de três vidas para pequenas empresas.

## Família de produtos BB Seguro Saúde

### BB Seguro Saúde Empresa – Rede Nacional

Público Alvo – Empresas com grupo segurável (conjunto de pessoas passíveis de aderir ao seguro – e respectivos dependentes seguráveis – devidamente caracterizado pelo vínculo empregatício, societário e/ou contratual mantido com a Estipulante, tais como sócios, dirigentes, empregados, estagiários e prestadores de serviço vinculados a pessoas jurídicas) de no mínimo 50 vidas; abrangência geográfica nacional.

### BB Seguro Saúde PME - Rede Nacional

Público Alvo: Pequenas e Médias Empresas com grupo segurável de 04 a 99 vidas; abrangência geográfica nacional.

### BB Seguro Saúde Dental - Rede Nacional

Público Alvo – Empresas com grupo segurável de no mínimo 50 vidas; abrangência geográfica nacional.



## BB Seguro Saúde Padrão: solução de baixo custo

A BB Seguro Saúde vai lançar, em fevereiro, o BB Seguro Saúde Padrão, uma nova modalidade de produto voltada para empresas que têm atuação localizada, regional, e não necessitam de cobertura nacional. A novidade, que representa uma solução de baixo custo, garantindo qualidade de atendimento dos serviços na rede referenciada, se insere nos planos de expansão da empresa e, no primeiro momento, estará disponível para grupos de municípios dos estados de São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais. O projeto prevê a expansão gradativa para os estados do Paraná, Goiás e Distrito Federal. O BB Seguro Saúde Padrão oferece apólices a partir de três vidas, com planos diferenciados para acomodação em enfermaria ou quarto coletivo (Padrão) e em quarto individual (Padrão Superior).

### BB Seguro Saúde Empresa Padrão - Rede Regional

**Público Alvo** - Empresas com grupo segurável de no mínimo 50 vidas

**Abrangência geográfica regional:** grupo de municípios nos estados do Rio de Janeiro, São Paulo ou Minas Gerais.

### BB Seguro Saúde PME Padrão - Rede Regional

**Público Alvo:** Pequenas e Médias Empresas com grupo segurável de 03 a 49 vidas

**Abrangência geográfica regional:** grupo de municípios nos estados do Rio de Janeiro, São Paulo ou Minas Gerais.

## Estímulo à criatividade e à participação

Imagine chegar no ambiente de trabalho acreditando que vai ser um dia como outro qualquer e no lugar da decoração convencional encontrar dezenas de bolas coloridas, banners e cartazes espalhados por toda a empresa. Ou ainda, receber uma camiseta com uma mensagem motivadora e um kit de relaxamento. E mais: poder dividir uma tarefa com o presidente, concorrer a prêmios com seu grupo e no final desse dia “diferente” ter a oportunidade de se reunir com a diretoria e discutir essas ações. Pura imaginação? Na BB Seguro Saúde situações como essas se repetiram ao longo de todo o ano de 2007, período em que a empresa promoveu uma profunda alteração no seu modelo de negócios e estabeleceu como meta dobrar de tamanho em até quatro anos.

A quebra da rotina dos colaboradores foi a forma encontrada pela seguradora para estimular a participação no processo de mudanças. A meta de ampliar a carteira de clientes para 180,8 mil vidas seguradas até 2011 vem exigindo uma nova maneira de pensar o negócio, com apresentação de novos desafios – e oportunidades – para o corpo funcional.

Ciente de que uma mudança significativa no modo de operação só poderia ter sucesso com o envolvimen-

to, a participação e a motivação de suas equipes, a companhia implantou o Programa Faça a Diferença, que promove ações que estimulam o exercício da reflexão dos funcionários sobre seu desempenho, os objetivos estratégicos da seguradora e os resultados esperados para o negócio.

Ao longo do ano, várias ações surpresas foram desenvolvidas. Para mobilizar o público interno houve de tudo: encenação de esquetes, dinâmicas de grupos, gincanas e palestras, entre outras novidades. Foram abordados os temas mudança, criatividade, iniciativa, organização, empreendedorismo e gestão de saúde. Em janeiro de 2008, o Faça a Diferença abordou aspectos relacionados à importância da Comunicação Corporativa e seus impactos na competitividade e no fortalecimento da identidade de marca da BB Seguro Saúde.

Como ação complementar, a seguradora desenvolveu outro programa, o Encurtando Distâncias que, como o próprio nome já diz, tem por objetivo promover a aproximação dos colaboradores com a direção da empresa.

Os resultados das pesquisas de clima apontam que a estratégia adotada para Gestão de Pessoas vem surtindo resultados, condição essencial para que a seguradora vença o desafio do novo ciclo de crescimento.

# Saiba quando é o momento de transferir o comando de sua corretora\*



transferência do comando dos negócios. A maioria dos empresários pensa no filho, mesmo que este não esteja preparado para assumir a corretora. Surge, então, a dúvida: o que fazer? “Parecem situações específicas de uma corretora. Todavia, podem ser considerados problemas peculiares para a maioria das empresas familiares e envolvem aspectos relacionados com o planejamento sucessório. Saber que essa

situação não é um problema exclusivo de uma empresa pode representar um alívio, por outro lado, a solução não é tão simples, visto que o planejamento sucessório é um tema extremamente relevante e merece uma atenção especial”, diz o professor e consultor, Pedro Podboi Adachi.

Um corretor de seguros decide iniciar sua própria corretora. Um amigo colabora no início e logo tornam-se sócios. O tempo passa e já não é mais nenhum dos sócios quem atende ao telefone, elabora os cálculos das propostas, solicita apólice, processa os pagamentos e os recebimentos da empresa. A empresa cresceu.

Quem não conhece essa história ou vivencia em seu cotidiano, seja como sócio, fundador ou funcionário? O cenário parece perfeito, com a empresa gerando bons resultados. Contudo, alguns problemas devem preocupar. Apesar de ser um mercado promissor, a concorrência está mais forte, tanto que segundo dados da Fenacor (Federação Nacional dos Corretores de Seguros Privados, de Capitalização, de Previdência Privada e das empresas Corretoras de Seguros) existem mais de 66 mil corretores ativos no Brasil.

Um dos problemas inevitáveis é a

O planejamento sucessório é tão complexo que pesquisas internacionais demonstram que a cada cem empresas fundadas, cerca de trinta passam para a segunda geração e destas, somente cinco sobrevivem à terceira geração. “São resultados assustadores e realmente fica no ar a questão: O que fazer? Quando é o momento de transferir o comando? Na realidade, não existe solução mágica, tampouco uma medida que possa ser aplicada a todas as empresas”, ressalta o especialista.

dachi aborda diversos assuntos sobre empresas familiares em seu livro

“

São resultados assustadores e realmente fica no ar a questão: O que fazer? Quando é o momento de transferir o comando? Na realidade, não existe solução mágica, tampouco uma medida que possa ser aplicada a todas as empresas”

“Família S.A.- Gestão de Empresa Familiar e Solução de Conflitos”, da Editora Atlas, entre eles a sucessão. Segundo o autor, o primeiro passo para implantar a sucessão é compreender alguns conceitos que envolvem este tema. Um desses tabus é a visão que a maioria dos fundadores tem de somente enxergar como sucessor o seu próprio filho. Existe uma grande diferença entre herdeiro e sucessor. Herdeiro é a pessoa para qual será transmitida a propriedade dos bens ou direitos em função do falecimento, seja por força de lei ou por disposição testamentária. Sucessor é a pessoa que irá assumir determinado cargo, assumindo as funções exercidas pelo sucedido.

Para melhor compreender esses conceitos note-se que o sucessor do presidente da República é o candidato cujos eleitores entenderam possuir as melhores condições para governar o país e que não é necessariamente o filho (ou um herdeiro) do presidente que está deixando o poder. O mesmo princípio pode ser aplicado nas empresas familiares.

O segundo passo é entender que para transferir o comando da sua empresa será necessário preparar um sucessor, ou seja, selecionar um profissional. “Pode ser o filho ou não, mas que comprove ter os requisitos para exercer o cargo e seja capaz de conduzir os negócios. E mais ainda, o fundador desvincula a transferência da gestão da sua empresa, do seu falecimento, ficando este último associado somente à herança”, lembra Adachi. Esses conceitos contribuem para acalmar os fundadores que não desejam seus filhos afastados da empresa, mas que estão cientes da falta de habilidade desses na condução dos negócios.

Os fundadores, assim como ocor-

re nas corretoras de seguros, costumam ser amigos com habilidades complementares, que, mutuamente, se escolhem para serem sócios. Eles se respeitam e mantêm acordos informais sobre a gestão dos negócios e o relacionamento na sociedade. Os membros da segunda geração não possuem a liberdade de escolher a sociedade. Ela é imposta, visto ser fruto de uma transferência patrimonial de seus pais. A escolha ou a imposição de sócios apresenta conseqüências muito diferentes.

“Todo esse processo leva tempo. Por isso, deve ser iniciado enquanto o sucedido estiver em plena capacidade, com energia e potência para colaborar com o sucesso do processo”, complementa o consultor. É um momento difícil de identificar, já que o fundador raramente vai encarar o seu auge profissional como o ponto de começar o planejamento sucessório. No entanto, a presença do fundador permite maior tranquilidade para o andamento da sucessão.

O segredo é planejar, com o apoio da família, da empresa, dos colaboradores, sem esquecer da necessidade de transparência, da disposição para enfrentar assuntos conflituosos e delicados, além de ter a consciência de se tratar de um processo que consome muito tempo. No caso da corretora, o ideal é não deixar que os laços sanguíneos falem mais alto no momento da sucessão. “Se forem capazes de aplicar alguns dos conceitos, conforme já relatados, certamente a corretora terá uma maior probabilidade de preservar o sucesso por mais algumas décadas, sem prejuízo da harmonia entre os familiares”, finaliza Adachi.

\* fonte: *grife comunicação*

“ Se forem capazes de aplicar alguns dos conceitos, conforme já relatados, certamente a corretora terá uma maior probabilidade de preservar o sucesso por mais algumas décadas, sem prejuízo da harmonia entre os familiares ”

# Um tiro no pé



\*Antônio Penteado Mendonça  
É advogado e consultor, professor do curso de especialização em Seguros da Fia/Fea-Usp e comentarista da Rádio Eldorado

Mais uma vez o governo brasileiro mostra uma visão distorcida do necessário para o crescimento nacional. Sem entrar na discussão sobre o acertado (e imediatamente não cumprido) com a oposição logo depois da derrota da prorrogação da CPMF no Senado, vale observar que, se a idéia era substituir a perda de receita com outra arrecadação capaz de manter a gástança em andamento, o serviço foi perfeito.

Mesmo aceitando como bom o argumento de que o aumento do IOF foi uma maneira de breicar o consumo e manter a inflação sob controle, não se justifica sua extensão para setores sem qualquer relação direta com o crescimen-

to do crédito. Nestes casos, o aumento do IOF ou foi um tremendo equívoco, ou desnuda a vontade do governo aumentar a arrecadação para patamares maiores do que os que teria com a manutenção da CPMF.

No mundo inteiro seguro é visto como uma operação de proteção social. Por isso mesmo é incentivado através da não incidência de tributação sobre os valores pagos pelos segurados e pela possibilidade do abatimento do valor pago a título de prêmios e contribuições do imposto de renda dos contribuintes.

É a forma mais eficaz de garantir a preservação e o aumento da riqueza nacional. Dando à socie-

No mundo inteiro seguro é visto como uma operação de proteção social. Por isso mesmo é incentivado através da não incidência de tributação sobre os valores pagos pelos segurados e pela possibilidade do abatimento do valor pago a título de prêmios e contribuições do imposto de renda dos contribuintes.

dade dois facilitadores de desenvolvimento, a atividade seguradora, na ação direta, repõe os patrimônios afetados pelos sinistros e, de forma indireta, financia os investimentos necessários à manutenção do crescimento nacional, gerando novos negócios, empregos e impostos.

Exemplos claros da primeira atuação e de seus resultados podem ser vistos nos Estados Unidos, maior contratador de seguros do mundo, onde as indenizações decorrentes do atentado terrorista de 11 de setembro ultrapassaram os 70 bilhões de dólares. Ou mesmo no Brasil, onde o acidente com o metrô de São Paulo teve praticamente todas as indenizações devidas pagas em valores maiores do que os consolidados pela jurisprudência, sem ações judiciais, em menos de um ano.

Quanto à sua ação como grande investidor institucional, basta dizer que o setor detém mais de 2/3 das reservas de longo prazo dos Estados Unidos, sendo responsável pela gestão de mais de 7 trilhões de dólares, o que dá para aquele país uma massa de dinheiro impressionante, destinada a financiar os investimentos indispensáveis para o desenvolvimento sócio-econômico da nação.

Guardadas as proporções, o

Brasil segue pelo mesmo caminho, com as reservas das seguradoras, das previdências privadas e das capitalizações representando uma parte importante do total da poupança brasileira.

A grande diferença entre como as coisas são feitas aqui é lá é a

**“Na medida que um seguro de carro popular custa ao redor de um mil reais e um seguro de incêndio para imóvel na faixa dos 40 mil reais custa no máximo 30 reais por ano, fica fácil ver a quantidade de brasileiros de baixa renda que não terão seguros porque o governo confunde consumo com proteção social”.**

visão final dos objetivos propostos. Enquanto para os americanos a proteção e os investimentos garantidos pelo setor são o mais importante, para o governo brasileiro (inclusive administrações

passadas) o importante é cobrar impostos, diminuindo a proteção social pela redução dos totais de prêmios pagos e pelo encarecimento das apólices colocadas à disposição da população.

É assim que, em vez de terem suas contratações incentivadas pelo abatimento dos prêmios no imposto de renda, os seguros patrimoniais pagavam um IOF de 7% e os planos de saúde privados pagam 2% .

Pois bem, na cola da derrama do IOF, o governo mais uma vez colocou os seguros entre as atividades afetadas, adicionando 0,38% a título de IOF até no seguro de vida, que, por razões óbvias, havia sido desonerado deste imposto algum tempo atrás.

É evidente que certo está os Estados Unidos. Se tomarmos apenas o novo adicional de 0,38% aplicado sobre um faturamento de mais ou menos 60 bilhões de reais por ano, temos 228 milhões de reais de impostos novos.

Na medida que um seguro de carro popular custa ao redor de um mil reais e um seguro de incêndio para imóvel na faixa dos 40 mil reais custa no máximo 30 reais por ano, fica fácil ver a quantidade de brasileiros de baixa renda que não terão seguros porque o governo confunde consumo com proteção social.

# O Processo do Aprendizado

Em todo processo de aprendizado, há cinco requisitos importantes: impacto, repetição, utilização, interiorização e reforço. Vamos discutir cada um desses requisitos separadamente.



Dr. Lair Ribeiro é palestrante internacional, ex-diretor da Merck Sharp & Dohme e da Ciba-Geigy Corporation, nos Estados Unidos, e autor de vários livros que se tornaram best-sellers no Brasil e em países da América Latina e da Europa. Médico cardiologista, viveu 17 anos nos Estados Unidos, onde realizou treinamentos e pesquisas na Harvard University, Baylor College of Medicine e Thomas Jefferson University. (Webpage: [www.lairribeiro.com.br](http://www.lairribeiro.com.br) – e-mail: [lrsintonia@terra.com.br](mailto:lrsintonia@terra.com.br) – Tel. 11 3889.0038)

## Impacto

O impacto acontece, por exemplo, quando você compra alguma coisa. Você pode ter comprado este livro por inúmeros motivos. Não importa qual tenha sido: de alguma forma, foi preciso haver um impacto para desencadear o processo de compra. Todo bom comunicador precisa ser capaz de criar impacto na cabeça das pessoas. Do contrário, acaba provocando rejeição. E impacto é uma coisa que se desenvolve.

## Repetição

Repetição é a mãe do aprendizado. Foi assim para aprender a andar, e é assim com tudo o que é importante na vida. Nada de importante, em geral, é feito na primeira tentativa.

## Utilização

Não adianta você ler este livro achando tudo muito interessante se, no seu dia-a-dia, não colocar nada em prática. Só achar interessante não basta: é preciso utilizar o conhecimento.

## Interiorização

Se você adquire um conhecimento, repete-o e utiliza-o, chega um momento em que ele fica interiorizado, passando a fazer parte de você. É como andar de bicicleta: quem aprendeu a andar de bicicleta pode ficar dez anos sem andar que não se esquece de como fazê-lo. Quando você interioriza um conhecimento, ele passa a ser seu; ninguém mais o toma de você.

## Reforço

De vez em quando, releia este livro para reforçar seus conhecimentos. Quando reforça o conhecimento sobre qualquer assunto, você sempre descobre coisas novas, que não tinha percebido antes. Isso faz com que você aumente o domínio sobre o assunto.

**Inimigos do aprendizado:** cegueira cognitiva (achar que já sabe tudo) e medo de assumir que não sabe.

## Atualizando conhecimentos

Depois que você fica a par do processo de aprendizado, está na hora de pensar na atualização de seus conhecimentos a partir dos meios disponíveis.

**Internet:** Ninguém prescinde mais desse recurso. Um endereço eletrônico, hoje, é tão importante quanto o número do seu telefone.

**Leitura:** Se você ainda não tem, cultive o hábito da leitura. Praticamente todas as áreas profissionais dispõem de publicações especializadas. Existem livros e revistas destinados aos vários segmentos profissionais. Pelos livros, você adquire um conhecimento mais sólido e pormenorizado. Pelas revistas, você atualiza-se, acompanha o mercado e descobre em que livros poderá encontrar o conhecimento complementar de que estiver necessitando, bem como os eventos agendados para o seu setor e muita coisa importante para o seu crescimento profissional.

**Idiomas:** No mundo globalizado que estamos vivendo, é impossível pensar em crescimento tendo apenas o idioma de origem. É fundamental o domínio de um segundo idioma, de preferência, o Inglês.

# Navegador GPS Porto Seguro. Seu cliente não se perde nem na hora de pagar.



10x  
R\$ 99,00

Com o **Navegador GPS Porto Seguro**, seu cliente não erra o caminho e você faz um ótimo negócio. Além de orientar do começo ao fim do percurso de forma simples, ele oferece acesso ao conteúdo do Guia Quatro Rodas. São milhares de pontos de interesse, com endereços de bares, restaurantes, postos de combustível e muito mais. Tudo isso por um preço imperdível. Um benefício que a Porto Seguro oferece a todos os seus clientes. Para mais informações, consulte seu produtor ou acesse [www.portoseguro.com.br/navegador](http://www.portoseguro.com.br/navegador). O produto é comercializado na Grande São Paulo, Santos e Praia Grande. Navegador GPS Porto Seguro. Seu destino pelo melhor caminho.



**PORTO  
SEGURO**

MONITORAMENTO



Unibanco AIG Seguros - C. Nº 133.165.546/0001-95 - Unibanco AIG Vida & Previdência - CNPJ 92.661.368/0001-90

Unibanco AIG. Eleita a melhor seguradora do ano.

A Unibanco AIG foi o grande destaque como Seguradora do Ano pela Revista Cobertura\*. Para uma seguradora que está sempre inovando e a confirmação de estar no caminho certo. Para o consumidor, é a certeza de que a Unibanco AIG é uma seguradora tão diferenciada que nem parece seguradora.

\*A Revista Cobertura é uma publicação específica do mercado de seguros.

 **UNIBANCO** | AIG  
SEGUROS & PREVIDÊNCIA

Nem parece seguradora.