

REVISTA

SEGURO

TOTAL

Ano IX
Nº 86 - 2008
R\$ 12,00



CAPEMISA

supera expectativas
e cresce 124%
em quatro meses

ESPECIAL
MUDANÇAS CLIMÁTICAS
CONARH 2008



CMI®

Teoria e Ferramentas do Projeto de Negociação

HARVARD

Workshop de Negociação

O objetivo do workshop é ajudar os participantes a melhorar suas habilidades negociadoras, sua capacidade para a tomada de decisões e resolução de problemas, oferecendo-lhes também, ferramentas para aprimorar essas habilidades no futuro.

28 e 29 de outubro

Hotel Golden Tulip Park Plaza
Alameda Lorena 360 - Jardins
São Paulo/SP

Informes e Inscrições

André Pena

andre@revistasegurototal.com.br

José Francisco Filho

francisco@revistasegurototal.com.br

PABX.: (11) 3884-5966

Organização e patrocínio

Revista Seguro Total

Benefícios em evidência

A área de Benefícios nunca esteve tão em evidência no setor de seguros.

Para levantar as novidades e trazê-las aos nossos leitores, publicamos nesta edição uma matéria sobre o Conarh 2008, maior evento de Recursos Humanos da América Latina.

Nosso foco é mostrar como os planos de saúde corporativos continuam em curva ascendente, chegando a marca atual de 39 milhões de vidas seguradas.

Nesse contexto, vale destacar o explosivo crescimento do seguro odontológico. Com 9,5 milhões de vidas, o caminho para expansão representa uma fantástica oportunidade

de mercado, tanto para empresas, como para corretores.

Além da matéria de capa sobre a Capemisa, que cresceu 124% em quatro meses, você vai encontrar também uma reportagem especial sobre mudanças climáticas e seguros, com uma abordagem nova e corajosa sobre o assunto.

Entre os depoimentos, destacamos o presidente da Allianz Seguros, Max Thiermann, e o diretor da Unibanco AIG, Ney Dias, nomeado pela Fenseg (Federação Nacional de Seguros Gerais) como coordenador do Grupo de Trabalho de Mudanças Climáticas.

Boa leitura!!

Sumário

ACONTECE	4 a 14
CONARH 2008	20 a 24
VITRINE	26 a 30
ESPECIAL	32 a 35
MERCADO	38 e 40
DEBATE	42
RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL	44
ENTIDADES	46 a 49
ARTIGO	50



CAPA
CAPEMISA
 supera expectativas
 e cresce 124%
 em quatro meses
 Páginas 16 a 19

EXPEDIENTE

Edição Nº 86 - Ano IX

Editor

José Francisco Filho - MTb 33.063

Jornalista Responsável

Pedro Duarte - MTb 25.286

pedro@revistasegurototal.com.br

Diretor de Marketing

André Pena

andre@revistasegurototal.com.br

Diretor Comercial

José Francisco Filho

francisco@revistasegurototal.com.br

Publicidade

Graciane Pereira

graciane@revistasegurototal.com.br

Designer Gráfico

Cleber Fabiano Francisco

Webdesigner

Mirian Lane

mirian@revistasegurototal.com.br

Periodicidade: mensal

Edição Final

Publseg Editora Ltda.

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

Brasilprev cresce 31,3% no 1º semestre

A Brasilprev Seguros e Previdência S.A. fechou os seis primeiros meses do ano com lucro líquido de R\$ 94,4 milhões e crescimento de 31,3% em arrecadação no primeiro semestre (em relação ao mesmo período de 2007), totalizando R\$ 1,869 bilhão.

O destaque de desempenho no primeiro semestre ficou para os planos VGBL (Vida Gerador de Benefício Livre). Esta modalidade cresceu 55,4%, com arrecadação de R\$ 1,08 bilhão. Já a arrecadação da modalidade PGBL (Plano Gerador de Benefício Livre) totalizou R\$ 494,1 milhões, um crescimento de 17,14% em relação a junho de 2007. Assim, considerando-se apenas os produtos atualmente comercializados – PGBL e VGBL – a arrecadação superou a marca de R\$ 1,5 bilhão no primeiro semestre de 2008.

Outro destaque é a marca de ativos sob gestão da Brasilprev, que atingiu R\$ 18,3 bilhões no período – e num prazo igualmente recorde. Este valor é 30,4% superior ao volume sob gestão da empresa no 1º semestre de 2007, que era de R\$

14,1 bilhões.

”Em apenas 76 dias, a Brasilprev ampliou o volume de ativos sob sua gestão em R\$ 1 bilhão, superando R\$ 18 bilhões, ou o equivalente a US\$ 11,1 bilhões. Esse resultado é fruto do crescimento consistente e expressivo que a companhia vem obtendo ano após ano”, ressalta o diretor presidente da empresa, Tarácio Godoy.

O executivo comenta as perspectivas para 2008. “A Brasilprev mantém uma série histórica de crescimento com taxas de dois dígitos. Em 2007, por exemplo, teve seu lucro líquido 18% superior a 2006. Em 2008, nossa expectativa é que a empresa continue com forte ascensão. Uma das razões dessa performance é o nosso perfil inovador, como demonstrou a receptividade dos fundos Ciclos de Vida, que lançamos há pouco mais de um ano de forma pioneira no Brasil para os clientes individuais. Crescendo de forma consistente em nossa carteira, esses fundos têm impulsionado a opção pela tabela regressiva”, explica Godoy.

Aliança do Brasil também avança

Nos primeiros seis meses do ano, a Companhia de Seguros Aliança do Brasil acumulou lucro líquido de R\$ 137 milhões, 58,4% a mais que o mesmo período de 2007. A seguradora alcançou R\$ 735,3 milhões em prêmios emitidos líquidos, o que representa um incremento de 10,7% em comparação com mesmo período do ano anterior.

A Aliança do Brasil fortaleceu a sua liderança no segmento rural, com destaque para a carteira do BB Seguro Vida Agricultura Familiar com mais de 450 mil segurados.

Em 31 de julho de 2008, a Superintendência de Seguros Privados (Susep) deferiu autorização prévia para a aquisição pelo Banco do Brasil, por meio de sua subsidiária integral (BB-BI), da totalidade das ações pertencentes à Companhia de Participações Aliança da Bahia.

“Tal movimento permitirá ao Banco do Brasil intensificar sua atuação no segmento de seguros de vida e ramos elementares o que, aliado à melhoria constante de nossos processos, à qualidade dos produtos, à força do canal de vendas BB e ao cenário macroeconômico, dá uma perspectiva otimista para os resultados da Aliança do Brasil em 2008”, comentou o presidente Luiz Carlos Felipe.

Resultados positivos da Brasilveículos

A companhia, que comercializa seus produtos por meio da BB Corretora nas agências BB, pelo telefone e internet, obteve um crescimento de 10,27% em relação ao mesmo período de 2007.

O retorno sobre o patrimônio líquido até junho de 2008 foi de 50,43%.

Vale ressaltar que a Brasilveículos

posicionou-se entre as seguradoras de melhor performance do mercado, com índice combinado ampliado de 92,49% e sinistralidade de 67,25%.

Leia na página 49 sobre a novidade da distribuição por corretores dos produtos da Brasilveículos.

Acelere sua pontuação e seja o campeão.



Registre sua melhor volta no Grande Prêmio de Corretores Allianz.

A Allianz vai levar os 20 melhores corretores para assistir ao GP Brasil de Fórmula 1, e você ainda tem chance de chegar entre os primeiros. Acelere suas vendas e conquiste a oportunidade de conhecer os carros e pilotos da Fórmula 1 de perto e viver essa emocionante experiência.

E você ainda tem a chance de ganhar prêmios na loja virtual do Submarino. Para mais informações, consulte o regulamento no hot site da campanha "Grande Prêmio de Corretores Allianz", no AllianzNet Corretor.

Allianz 

Allianz Arena conclui temporada nacional

O Allianz Arena Multimídia, uma réplica do estádio alemão, encerrou sua apresentação em território nacional na Praia da Baleias, em Porto Alegre, onde ficou aberto para visitação gratuita, de 27 de julho a 9 de agosto.

De acordo com Ariane Landin, superintendente de Comunicação e Marketing da Allianz Seguros, aproximadamente 20 mil pessoas visitaram o Allianz Arena, nas escalas realizadas em São Paulo, Campinas, Florianópolis e Porto Alegre.

O mini-estádio circulou mês a mês por alguns shoppings da rede Iguatemi no país. A instalação ficou em São Paulo (março), Campinas (abril) e Florianópolis (junho), antes de chegar a Porto Alegre.

“Para nós o balanço foi mais do que positivo. Essa ação representou a oportunidade de trazer para o público brasileiro a chance de experimentar atividades relacionadas a duas grandes paixões nacionais: o futebol e a F-1. Com isso, ficamos mais perto do nosso público, ressaltando alguns valores da marca Allianz, numa abordagem mais lúdica e interativa”, considera Ariane.

Design moderno

O primeiro mini-Allianz Arena foi instalado no aeroporto de Munique, durante um ano, a partir de junho de 2006, onde diariamente reuniu centenas de passageiros que esperavam seus vôos.

Em 2007, com conceito reformulado, fez de sua área interna uma espécie de *lounge* para executivos acessarem a internet e lerem notícias. A réplica já passou pelos aeroportos de Londres, Roma, Hong Kong e Xangai, na China.

Trata-se de uma miniatura de 20

metros quadrados de largura por 1,80 metro de altura, semelhante ao estádio original localizado em Munique, que serviu de palco para a abertura da Copa do Mundo de 2006, na Alemanha.

Seu *design* moderno foi criado por dois dos arquitetos mais criativos do mundo, os suíços Jacques Herzog e Pierre de Mernon.

O Grupo Allianz, um dos maiores conglomerados de seguros do mundo, financiou a construção do estádio germânico. Por esse motivo, a grande arena do futebol leva seu nome.

Multimídia

Feita com o sistema *vacuum forming* (pré-moldado), os brasileiros puderam ver, dentro do Allianz Arena Multimídia, como foi o processo de construção



Lançamento do Allianz Arena em São Paulo

do estádio original, conhecer a estrutura interna de alta tecnologia da arena, curiosidades a respeito do espaço e do clube Bayern de Munique, sua principal estrela, tudo através de vídeos, painéis informativos e fotos.

O Allianz Arena Multimídia veio ao Brasil com dimensões menores, mas não com menos brilho. Assim como o original, sua estrutura tem os painéis em forma de diamantes, que mudam de cor. O efeito translúcido das luzes vermelha, azul e branca é um verdadeiro show aos olhos.

Allianz Arena de Munique Futebol Espetáculo

O Allianz Arena é a casa dos times de futebol Bayern de Munique e do Munique 1860, além de ser o local mais requisitado para jogos da seleção alemã.

Tem concepção assinada pelos mesmos arquitetos que desenharam o projeto do Estádio Nacional das Olimpíadas de Pequim.

O investimento total na construção do Allianz Arena foi de € 340 milhões, patrocinados pela Allianz e parceiros. O Grupo

Allianz obteve o direito de nomear o estádio por 30 anos.

Só para se ter uma idéia de suas dimensões, a fachada tem 28.500 m² e o telhado 38.000 m². A área externa iluminada com as três cores - vermelho, durante jogos do Bayern, azul nos jogos do Munique 1860 e branco, nos jogos da seleção alemã de futebol - é de 25.500 m². A área interna possui sete andares, com capacidade para 69 mil espectadores.

a Ituran utiliza satélites lá em cima para cuidar de você aqui embaixo



0800 010 55 66
www.ituran.com.br



Instalar um rastreador Ituran é poder localizar e recuperar seu carro 24 horas por dia. É poder contar com uma série de serviços opcionais para sua segurança e conforto. Com o auxílio de um botão de emergência ou através de uma ligação telefônica, uma equipe com carros, motos e helicópteros é acionada e seu veículo é rastreado e acompanhado até que tudo esteja resolvido. Quer se sentir seguro? Tenha um rastreador Ituran instalado no seu carro. E conte com a experiência mundial da Ituran em rastreamento e recuperação de veículos.

Tokio Marine amplia rede Top Service

A Tokio Marine inaugurou nova unidade do Top Service Automóvel em São Paulo, no bairro do Tucuruvi, dia 7 de agosto.

A aposta da companhia se deve à preocupação em oferecer ao segurado atendimento personalizado, de alta qualidade e sem burocracias.

O serviço oferece comodidade para clientes em caso de sinistro, pois possibilita remoção do veículo diretamente ao posto de atendimento, avaliação de reparos na hora, liberação de carro reserva, entre outras vantagens.

O local se diferencia também pelo atendimento ágil, em até 20 minutos, tempo suficiente para enca minhar o veículo à oficina referenciada escolhida pelo segurado e imediata liberação de carro reserva.

“O atendimento personalizado e rápido garante tranquilidade no momento do sinistro, fazendo com que os segurados se sintam amparados no momento em que precisam utilizar o seguro. Com isso, o corretor também se beneficia, pois tem a possibilidade de oferecer um serviço diferenciado e de deixar seu cliente 100% satisfeito”, afirma Sérgio Camilo, vice-presidente Comercial da Tokio Marine Seguradora.



João Mello, Sergio Camillo e Valmir Rodrigues - Tokio Marine

Expansão

A inauguração do novo posto de atendimento no Tucuruvi faz parte do projeto de expansão da companhia.

“Para este ano, planejamos mais inaugurações de novas unidades do Top Service Automóvel. A escolha do Tucuruvi se deve à preocupação da Tokio Marine em disponibilizar a comodidade da rede para clientes que circulam pela região Norte da cidade de São Paulo e imediações, já que o bairro oferece fácil acesso a diversos pontos da cidade”, complementa Camilo.

No fim de julho, a seguradora

já tinha inaugurado também o Top Service Uberlândia. De acordo com o executivo, Minas Gerais é outro ponto estratégico no plano de crescimento da seguradora.

Implantado pela companhia em 2006, o Top Service Automóvel já atendeu mais de 10 mil clientes, ganhando a aprovação e elogio da grande maioria dos segurados.

A Tokio Marine Seguradora conta agora com dez unidades do Top Service Automóvel: São Paulo-Jardins, São Paulo-Tucuruvi, São Bernardo do Campo, Campinas, Belo Horizonte, Rio de Janeiro, Salvador, Uberlândia, Curitiba e Manaus.

Rede Top Service Automóvel

Cidade	Bairro	Endereço	Telefone
São Paulo	Jardins	Rua Estados Unidos, 148	(11) 3889-0220
São Paulo	Tucuruvi	Av. Coronel Sezefredo Fagundes, 335	(11) 2261-1051
São Bernardo do Campo	Jd. Maria Adelaide	Av. das Nações Unidas, 129	(11) 4123-0129
Campinas	Cambuí	Rua General Osório, 1992/2000	(19) 3252-2814
Belo Horizonte	Floresta	Rua Francisco Sales, 370	(31) 3222-4822
Rio de Janeiro	Botafogo	Rua Mena Barreto, 37	(21) 2286-3136
Salvador	Pituba	Rua Rio Grande do Sul, 57	(71) 3344-2337
Uberlândia	Conj. Bandeirantes	Av. Rondon Pacheco, 5443	(34) 3213-3080
Curitiba	Batel	Al. Julia da Costa, 1755	(41) 3336-6900
Manaus	N. Sra. da Graça	Rua Jutai, 838	(92) 3584-4629



PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS: A NOSSA GRANDE ESPECIALIDADE.

Planos sob medida. Ofereça Omint. A maior expertise em saúde para pequenas e médias empresas.



Saúde em todos os planos.

Ituran anuncia novo site e expansão no NE

Com base em pesquisa feita com clientes e internautas, a Ituran identificou a necessidade de reformular seu site, que já está de cara nova, buscando ser mais didático e com interface mais amigável.

De acordo com o diretor Comercial, Alon Lederman, o objetivo agora é fixar a imagem de que Ituran “é mais do que uma empresa de rastreamento”, oferecendo informações sobre diversos outros serviços, como o navegador GPS e a novidade: “Alarme Monitorado” para residências.

Lançado recentemente, o “Alarme Monitorado” é o único do mercado que conta com sistema próprio de conexão sem fio (wireless) via antenas, que impossibilita a neutralização do sistema, ao contrário dos convencionais, cujos fios telefônicos podem ser cortados.

Outra atração nova do site é o botão “Casos reais”, dentro da seção “Imprensa”. Entrando nele, o internauta encontra uma série de

relatos verídicos que comprovam a eficiência do sistema Ituran de rastreamento, não só para roubo de automóveis, como para outros objetos e situações (leia box).

Investimento

Recife foi a cidade escolhida como base para elevar a participação do Nordeste nos negócios da empresa, saltando de 1% para 5% até 2009.

O investimento para que a nova filial em Pernambuco se consolide como pólo de negócios da Ituran será de R\$ 200 milhões até 2010.

A expansão fora do eixo Rio-São Paulo tem como principal foco o segmento de frotas – Pernambuco vem se destacando nos últimos anos como um dos estados de maior potencial logístico regional em função de sua localização privilegiada (em um raio de 800 km, alcança-se Salvador e Fortaleza, ou seja, mais de 70% do PIB nordestino).

No Nordeste, o serviço oferecido



Alon Lederman - Ituran

será apenas o de monitoramento por GPS, mais adequado para mapeamento de rotas e controle de frotas.

A base recifense e futuras unidades satélites (Petrolina, Salvador e Fortaleza) possibilitarão o atendimento direto ao mercado segurador, garantindo mais agilidade e eficiência, desde a instalação dos rastreadores até à qualidade do atendimento ao cliente final.

Histórias reais

Para quem gosta de breves relatos que misturam aventura, suspense, além de humanismo e tecnologia, o botão “Casos reais” traz histórias surpreendentes. Confira duas delas:

“Foi por pouco...”

Nosso cliente saiu do banco com uma quantia de R\$ 30.000,00, referente à folha de pagamento de seus funcionários. Como sempre fazia, pôs o dinheiro embaixo do banco, por segurança. Ao sair do banco, te-

ve o seu veículo roubado e o salário dos seus funcionários também. Desesperado, o cliente nos informa do ocorrido. Após 10 minutos, recuperamos o seu veículo. Graças à resposta rápida, o pacote com o dinheiro estava intacto e no mesmo local” (Golf, ano 2005, avaliado em R\$ 86.500,00, recuperado em 10 minutos).

“Arte é patrimônio

Quadros roubados e um pedido de resgate. E qual é o papel da Itu-

ran? Simples. O rastreador também pode ser um equipamento portátil, capaz de localizar um objeto como uma simples bolsa. Neste caso, a bolsa que continha o dinheiro do resgate. Após a entrega, sem que os bandidos percebessem, a polícia tinha a sua exata localização. Os quadros foram recuperados e todos foram presos, inclusive o restante da quadrilha que esperava pelo dinheiro do resgate” (obras com valor estimado de R\$ 1 milhão, recuperadas em 7 dias).

Tempo e dinheiro. Com a gente, seu cliente economiza os dois.



Crédito fácil de fazer e de pagar. Com o Porto Seguro Financiamento, seu cliente tem o crédito liberado rapidamente e paga uma das menores parcelas do mercado. Tudo com a garantia de uma das maiores seguradoras do país. Confira as opções de crédito.

Financiamento

Para carros de todas as marcas e modelos, novos e seminovos com até 11 anos de uso. Seu cliente pode financiar parte do valor do veículo e parcelar o pagamento em até 60 meses*.

Refinanciamento

Se seu cliente tem um automóvel quitado, com até 11 anos de uso e em bom estado, pode receber até 70% do valor de mercado dele e pagar em até 36 vezes. Ele fica com o carro e usa o dinheiro como quiser.

Crédito Pessoal

Ideal para as emergências ou para ajudar na realização de projetos. Seu cliente tem à sua disposição uma linha de crédito com prazo de 18 meses para pagar.

Segurados Porto Seguro Auto possuem condições diferenciadas.
Para mais informações, consulte seu produtor ou ligue (11) 3366-6066.
De segunda a sexta das 8h às 19h e aos sábados das 9h às 15h.



**PORTO
SEGURO**

FINANCIAMENTO

Grupo Afinidade planeja expansão de 25%

O Grupo Afinidade, que atua com o foco em planos corporativos e no segmento affinity, planeja encerrar o atual exercício com um incremento de até 25% no número de vidas seguradas, o que representa atingir o patamar de 130 mil segurados até o final do ano.

Composto por três empresas - Equilibrar Corretora de Seguros, Afinidade Consultoria e Benefícios e Afinidade Administradora de Planos de Saúde - o Grupo, com sede em Brasília (DF), está presente em várias regiões do país e se encontra em pleno processo de certificação do ISO 9001 - selo que comprovará a sua adequação aos padrões internacionais de qualidade.

“Temos filial em Belo Horizonte e estamos investindo também na abertura de sucursais em regiões que apresentam grandes perspectivas de crescimento nos próximos anos. Mas já estamos presentes nos grandes mercados, incluindo São Paulo, Rio de Janeiro e no Distrito Federal, onde nossa história começou”, explica o diretor

comercial do conglomerado, Farias Pereira de Sousa.

Ele acrescenta que a meta é investir na gestão de excelência e na diversificação da carteira para figurar entre os principais grupos do setor no mercado nacional.

Parcerias de porte

O Grupo tem parcerias com operadoras de grande porte, para ações conjuntas na mídia voltadas, principalmente, às pequenas e médias empresas e contratos coletivos por adesão.

Um marco na história do grupo foi a identificação dos grupos de afinidade como um nicho que poderia render bons frutos. “Buscamos cada vez mais a especialização nesse segmento, de forma a proporcionar uma assessoria completa e competente a nossos clientes, a custos competitivos”, afirma Farias.

O Grupo Afinidade tem uma equipe própria e terceirizada com mais de 230 consultores comerciais



Farias Pereira de Souza - Grupo Afinidade

e mais de 78 empresas corretoras de seguros parceiras. O foco da empresa está na excelência, o que resulta no crescimento exponencial da carteira de clientes, em especial na de planos de saúde.

“No primeiro quadrimestre, o nosso desempenho superou as expectativas iniciais. Nossas vendas cresceram 72% e a carteira de clientes teve um incremento de 28%. Acreditamos que 2008 será um ano marcante para o

Cenário atual

Um dos segmentos em que o Afinidade mais concentra seus esforços é o ramo saúde. Em 2007, a receita originada de contraprestações pagas às operadoras de planos foi da ordem de R\$ 46 bilhões.

Mas não são apenas os dados econômico-financeiros que impressionam: são 40 milhões de brasileiros que confiam sua saúde aos cuidados das operadoras de planos e há também um conjunto de planos exclusi-

vamente odontológicos - cerca de 9,5 milhões de pessoas com receita de R\$ 1 bilhão.

Juntos, planos médico-hospitalares e odontológicos foram responsáveis por 200,5 milhões de consultas no ano de 2007. No mesmo ano, mais de 10 milhões de internações e 420 milhões de exames complementares foram realizados pela saúde suplementar. Números que o SUS (Sistema Único de Saúde) não tem capacidade de absorver.

Farias Pereira observa ainda que, para contornar os problemas enfrentados por quem opera no ramo saúde, incluindo os elevados aumentos dos custos médicos, decisões judiciais desfavoráveis e as mudanças constantes na legislação, o Grupo Afinidade procura oferecer uma ampla assessoria a seus beneficiários, desenhando pacotes de serviços que atendam às reais necessidades de cada segmento, a um custo atraente.

 **tracker**
AUTO

TECNOLOGIA
LO/JACK

Única empresa certificada por:



UNICA EMPRESA DE MONITORAMENTO
CERTIFICADA PELA ANEP



MEMBRO DA ASSOCIAÇÃO
DE SEGURANÇA PESSOAL DO BRASIL



PREMIADA DE 1994
DE 1998 PELA ANEP

**LOCALIZAÇÃO
EM LUGARES
FECHADOS COMO
TÚNEIS, GARAGENS
E SUBSOLOS**

**COBERTURA
NACIONAL
E PAÍSES
VIZINHOS**

**RASTREDO
E PROTEGIDO
24 HORAS
POR DIA**

RASTREMENTO DE VEÍCULOS COM FOCO NO ROUBO OU FURTO

A Tracker do Brasil, representante exclusiva da tecnologia LoJack, líder mundial em recuperação de veículos oferece soluções em rastreamento, monitoramento e localização de veículos roubados ou furtados.

Tracker Auto é a única solução do mercado que permite localizar o veículo mesmo em lugares fechados como túneis, garagens e subsolos em todo o território nacional e países vizinhos (Paraguai, Uruguai, Argentina, Colômbia e Venezuela).

CONFIRA AS VANTAGENS PARA VOCÊ CORRETOR

- Comissão por vendas;
- Carteira de clientes mais saudável;
- Prestação de consultoria ao cliente, oferecendo o Tracker Auto como uma solução de segurança.

 **tracker** TECNOLOGIA **LO/JACK**

LÍDER MUNDIAL EM RECUPERAÇÃO DE VEÍCULOS

São Paulo/Capital: (11) 4002 7002

Demais Localidades: 0800 11 7172

www.trackerdobrasil.com.br

Lazam-MDS atua na área de Benefícios

Pelo segundo ano consecutivo, a Lazam-MDS participou do Conarh com o objetivo de se consolidar como a melhor consultoria de benefícios do mercado. “Nossa intenção era apresentar serviços diferenciados, com foco total na satisfação dos clientes, buscando encantá-los com novidades e muita tecnologia aplicada aos nossos processos”, explica a diretora de Benefícios, Claudia Machado de Luca.

A Lazam-MDS oferece serviços especializados, assumindo as atividades operacionais associadas aos benefícios (saúde, odonto, previdência e vida em grupo), atuando sempre ao lado dos RHs das empresas.

“O RH é poupado de assuntos mais burocráticos e pode se dedicar exclusivamente a ações estratégicas. Além das modalidades Saúde, Odontologia, Vida e Previdência, oferecemos o seguro viagem,

que pode ser contratado integral ou pontualmente, conforme a necessidade da empresa”, acrescenta Claudia.

Os números recentes apontam para um crescimento de 20% nos negócios da empresa e, para o próximo ano a intenção é manter o ritmo, atingindo 30% de expansão.

“A Lazam tem investido muito no crescimento, formação e qualificação da equipe de atendimento ao cliente. Esse é e continuará sendo nosso principal ativo, buscando a excelência e oferecendo produtos e serviços que superem suas expectativas”, ressalta a executiva.

E ela completa: “Esse é um mercado que demanda bastante atenção por parte de fornecedores e clientes. Trabalhamos com produtos que são de primeira necessidade para boa parte da população brasileira. Sua complexidade e sua legislação



Claudia Machado de Luca – Lazam-MDS

fazem com que a venda deva ser bastante responsável e qualificada, tal como é feita pela Lazam-MDS”.

Expertise em gerenciamento de risco

A Lazam-MDS é uma das maiores corretoras e administradoras de seguros do país. Com mais de 30 anos de existência, a empresa mantém uma ampla e diversificada carteira de clientes de diferentes portes e segmentos, atendendo-os com soluções inovadoras e procurando, continuamente, se antecipar às tendências do mercado.

Para oferecer um nível cada vez maior de qualidade, a Lazam-MDS tem ampliado e se especializado em diversas linhas de negócios, por meio de parcerias que agregam profissionais qualificados à sua equipe e um vasto conhecimento às suas atividades

Entre as parcerias da Lazam-MDS,

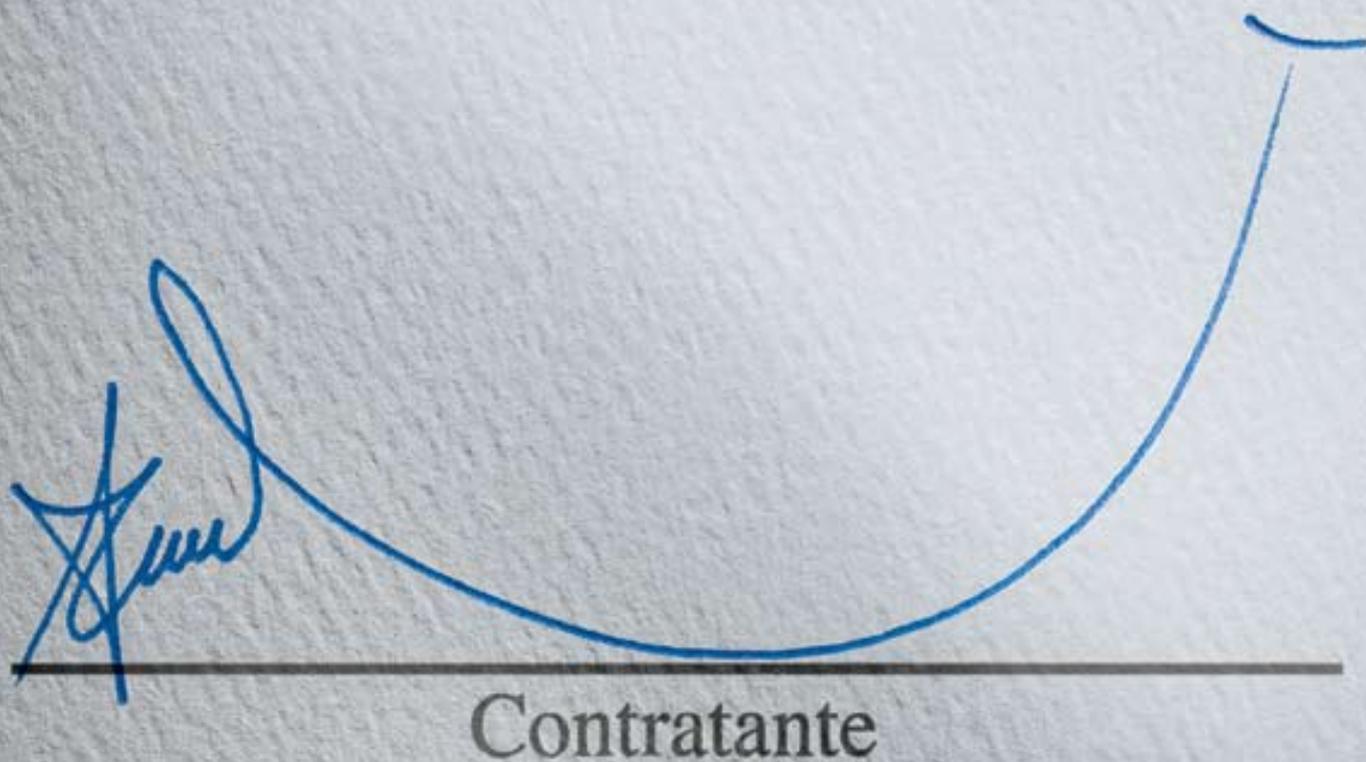
destacam-se a feita com a IBA (International Insurance Brokers). A Lazam-MDS é uma das corretoras associadas à IBA, presente em 110 países. Com atendimento personalizado, essas corretoras realizam auditorias nos serviços prestados aos clientes e oferecem alternativas de cobertura que projetam as empresas e também os seus funcionários.

Além disso, a Lazam-MDS tem equipe de gerenciamento de riscos certificada pela Alarys (Asociación Latinoamericana de Administradores de Riesgos y Seguros). A área é responsável por um criterioso trabalho de identificação de riscos e propõe so-

luições de gerenciamento, de acordo com as reais necessidades da empresa, para diminuir o impacto de qualquer imprevisto.

Entre os diferenciais do gerenciamento de risco da Lazam-MDS, estão:

- Rigor consistente na análise dos cenários e dimensionamento do impacto de riscos;
- Simulação eletrônica de cenários de perdas com software de alta tecnologia;
- Elaboração de planos de contingência voltados a todos os setores da empresa;
- Assessoria com foco na proteção e monitoramento ambiental.



**Quem escolhe SulAmérica Odontológico
tem muito mais motivos para sorrir.**

**Novo SulAmérica Odontológico.
Qualidade SulAmérica com preço competitivo.**

Corretor de seguros: com o novo SulAmérica Odontológico todo mundo sai ganhando: os seus clientes e as suas vendas. Além de preços competitivos, o produto oferece contratação por adesão e um pacote de vantagens exclusivas. Olha só:

- Coberturas opcionais: ortodontia, prótese e implante
 - Reembolso no Brasil e no exterior
 - Programa de prevenção e promoção à saúde bucal
- Fale com a sua sucursal e saiba como aumentar suas vendas.

ANS nº 000043

SulAméricaassociada ao **ING** 

Capemisa cresce 124% em quatro meses

Seguradora herda carteira da Capemi e alcança excelentes resultados em pouco tempo no mercado

Uma companhia nova no mercado, mas com desempenho inicial que comprova sua capacidade para manter resultados sustentáveis graças a seu posicionamento estratégico e ao expertise herdado da Capemi em seguros de pessoas.

Essa é a Capemisa Seguradora Vida e Previdência, que entrou em operação no dia 1º de abril deste

ano, em substituição à Capemi, entidade aberta de previdência complementar.

De acordo com o presidente da companhia, José Augusto Tataçiba, “a Capemisa já nasceu grande”. A declaração se deve ao fato de que a seguradora chegou ao mercado com uma experiência de 47 anos, patrimônio de R\$ 1,2 bilhão e uma

carteira de 300 mil clientes oriundos de sua antecessora.

“Além da modernização dos processos de gestão e dos recursos de Tecnologia da Informação, ainda este ano pretendemos lançar novos produtos, que serão distribuídos com a parceria de corretoras de seguros espalhadas por todo país”, complementa o executivo.

Tataçiba é funcionário de carreira na instituição. Ele iniciou suas atividades profissionais em 1968 na Capemi. Passou por todos os departamentos e assessorias técnicas. Afastou-se do grupo entre 1979 e 1990, quando retornou para ocupar a Gestão de Finanças, cargo em que ficou até 2006. Assumiu então a Superintendência Geral da Capemi e, hoje, alcançou o posto de presidente da Capemisa Vida e Previdência.

Credibilidade

Sobre a principal herança da Capemi, que era reconhecida por sua tradição e solidez, Tataçiba aponta a credibilidade, que coloca a Capemisa em condições de avançar no mercado de seguros com forte investimento em marketing e desenho de novos produtos.

“Queremos aumentar o número de corretoras associadas e a base de clientes, sempre pautada nos valores também herdados de nossa antecessora: profissionalismo, comprometimento, respeito e lealdade”, complementa.

Fotos: J. Francisco



Para atingir seus objetivos, a Capemisa pretende ser uma das portas de entrada do grande público brasileiro que ainda não teve acesso aos diferentes produtos de seguro de vida.

“Na nossa visão, o mais importante é criar o produto adequado a essas pessoas, suprimindo suas maiores necessidades no momento em que são vítimas de perdas ou estão expostas a riscos”, explica Tatagiba.

O exemplo mais claro fica por conta do produto Bilhete Premiável, lançado em junho. Trata-se de um seguro de acidentes pessoais que permite ao segurado participar de sorteios semanais de R\$ 2.500,00 pela loteria federal.

Com um pagamento anual de apenas R\$ 22,99 é possível garantir cobertura de R\$ 10 mil para beneficiários, em caso de morte, ou para o próprio segurado, se for vítima de invalidez.

A contribuição máxima do Bilhete Premiável é de R\$ 80,45, também anuais, faixa em que a cobertura chega a R\$ 35 mil. Outro grande diferencial é que, ao contrário de outros seguros de pessoas, o seguro aceita contribuintes com até 80 anos de idade (leia mais detalhes do produto no box).

Cobertura VIP

Além do Bilhete Premiável, ou-



tro produto do novíssimo portfólio da Capemisa é o VIP Mais, que atende a clientes com idade de 14 a 80 anos.

O seguro oferece cobertura por morte natural e acidental. No caso de óbito por acidente não há carência. O benefício é pago sem incidência de imposto de renda e o valor não entra em inventário. Esse produto oferece coberturas que podem chegar a R\$ 480.000,00.

“Temos percebido identidade do público-alvo com os produtos que estamos ofertando. Queremos mas-

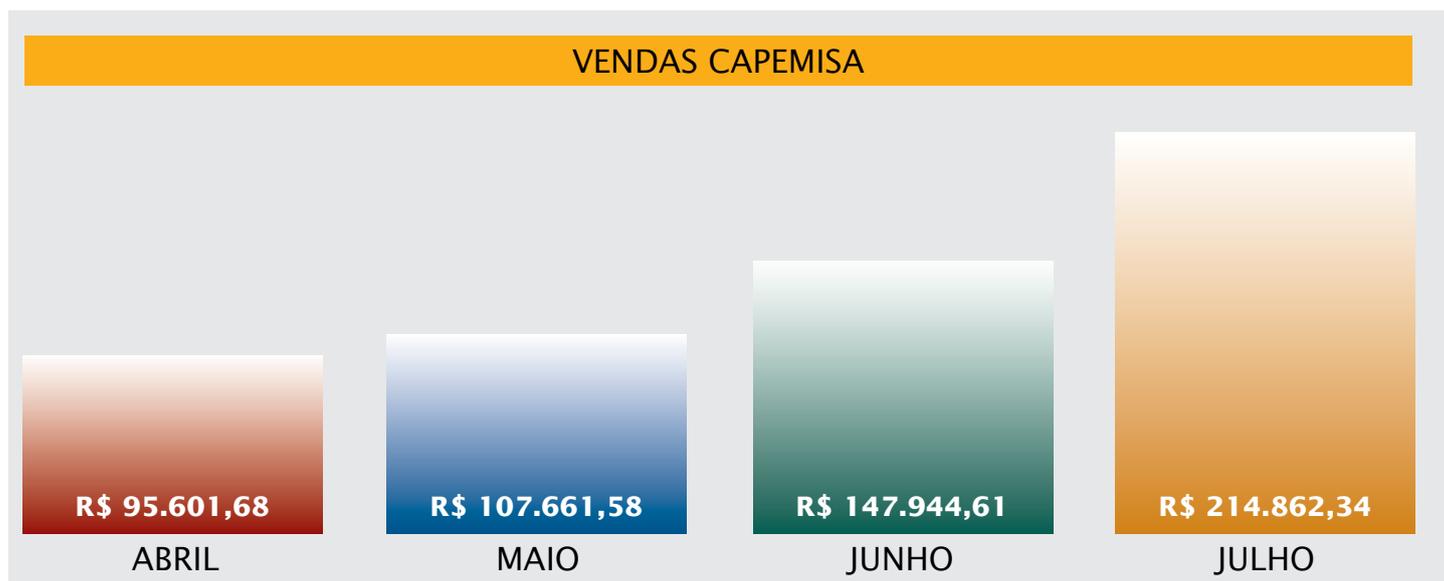
sificar e democratizar o consumo de seguros. O nosso objetivo está sendo alcançado a cada negócio fechado”, reforça Tatagiba.

Resultados

Sem dúvida, o posicionamento estratégico da Capemisa já rende resultados bastante consistentes e promissores.

De abril a julho, as vendas saltaram de R\$ 95.601,68 para R\$ 214.862,34, o que representa um aumento de 124% (veja gráfico).

VENDAS CAPEMISA





Infra-estrutura

Para consolidar e ampliar os resultados, a Capemisa conta hoje com 645 colaboradores – 384 na matriz e os demais divididos em 40 sucursais espalhadas por todo o Brasil.

A matriz fica localizada na Rua São Clemente, no bairro de Botafogo, Rio

de Janeiro, ocupando um prédio de 12 andares, que em 2009 terá sua estrutura completamente modernizada para atender às novas e crescentes demandas – tanto internas, quanto externas.

Reposicionamento

Tatagiba acredita que, devido à estratégia de reposicionamento no mercado, à nova política de vendas e ao rejuvenescimento da marca, a empresa chegará ao fim de 2008 com a comercialização de mais de 100 mil contratos de previdência e seguros.

“E em 2009 vamos dobrar esse número. Além disso, o plano de negócios prevê até 2010 uma carteira com 550 mil clientes”.

Por enquanto, ele adianta que, no decorrer de 2008, a companhia ampliará seu portfólio nas áreas de Vida e Previdência com produtos dirigidos a diferentes mercados.

Distribuição

O principal canal de distribuição da Capemisa é o corretor de seguros.

Por isso, a empresa investe fortemente na melhoria da relação com seu parceiro de negócios.

Para exemplificar, Tatagiba menciona a Campanha SuperAção, que reconhece com prêmios em dinheiro os resultados alcançados pelas corretoras de seguros conveniadas, hoje em torno de 2.500 profissionais.

Para se credenciar a parceiro de negócios da Capemisa, basta cadastrar a corretora no site www.capemisa.com.br e aguardar contato da unidade Capemisa local.

Já os clientes interessados em comprar produtos da Capemisa, pode encontrar também no site todas as informações sobre produtos da companhia, incluindo suas vantagens e diferenciais.

Também no site, pode-se fazer uma pesquisa de corretoras mais próxima de residência do interessado para efetivar a contratação. A empresa disponibiliza ainda uma Central de Relacionamento 0800 para retirar dúvidas dos consumidores.

Proteção premiada

Desenhado para atender um público que nunca contou com seguro de acidentes pessoais, devido ao baixo custo e alto poder de inclusão social, o Bilhete Premiável protege o segurado e sua família.

Com um número, são 48 chances reais de ganhar durante o ano. E o segurado pode ter mais de um número de sorte para concorrer.

O interessante do produto é que sempre há um ganhador – caso não seja identificado um contemplado com o número da sorte igual ao número de extração da Loteria Federal, será premiado o número da

sorte mais próximo, ascendente ou descendente.

Além disso, mesmo sendo sorteado, o número da sorte do segurado volta a concorrer normalmente nos meses seguintes à premiação.

Pode ser adquirido por pessoas com idade entre 14 e 80 anos. Quanto maior for a cobertura escolhida, mais chances há de ganhar, como segue:

- Cobertura de R\$ 10.000,00 - um número da sorte
- Cobertura de R\$ 15.000,00 - dois números da sorte

- Cobertura de R\$ 25.000,00 - três números da sorte
- Cobertura de R\$ 35.000,00 - quatro números da sorte

Além dos diferenciais já descritos, o Bilhete Premiável é:

- Indispensável para estagiários que, por força da lei, são obrigados a contratar cobertura de acidentes pessoais;
- Prático para os profissionais que necessitam de um seguro com cobertura de acidentes pessoais, de fácil entendimento e contratação.

Responsabilidade social de inclusão

A Capemisa promove ações de responsabilidade social, buscando a inclusão social de famílias que vivem abaixo da linha de pobreza.

A empresa investe, através da Capemi – Instituto de Ação Social, parte dos resultados no Lar Fabiano de Cristo e na Cavadi (Casa do Velho Assistencial e Divulgadora).

Essas instituições assistem cerca de 82 mil pessoas, especialmente crianças e idosos, em programas contínuos de alimentação, atendimento médico e odontológico, apoio educacional, cursos profissionalizantes, auxílio psicológico e ações de cidadania.

O Lar Fabiano de Cristo, que possui 50 anos de existência e quase 50 unidades no país, é referência mundial em assistência a pessoas e famílias carentes.

Seu modelo de promoção social foi levado à Cartagena de Índias, Bogotá, Dakar, Bangladesh e Portugal, entre outros países. Nos últimos anos, recebeu importantes prêmios que atestam o reconhecimento da sociedade civil.

Entre os principais programas e projetos do Lar Fabiano de Cristo, destacam-se:

- **PQV (Programa de Qualidade de Vida):** Desenvolvido e aperfeiçoado há 49 anos, o foco principal do Programa é a promoção integral do grupo familiar, objetivando a redução das causas geradoras das situações de miséria.

Estabelecem-se as ações necessárias ao desenvolvimento familiar e, conseqüentemente, ao desenvolvimento local. Estas ações são definidas em conjunto com a família no momento da inscrição e são avaliadas periodicamente.

- **Programa Menor Aprendiz:** é desenvolvido através de parcerias firmadas entre o Lar Fabiano de Cristo e algumas instituições para dar oportunidade de capacitação e inserção no mercado de trabalho a jovens oriundos de famílias inscritas. Tem módulos de reforço educacional com aulas de matemática, língua portuguesa, cidadania e atividades diversificadas, onde o uso da escrita e da linguagem matemática é utilizado para que o jovem possa aprender o básico dessas disciplinas. Também são enfatizadas a necessidade de um rendimento escolar condizente, a importância dos valores éticos e morais, do trato pessoal, dos direitos e dos deveres, da disciplina, além do comportamento adequado e postura profissional.

- **Projeto Abrigos Provisórios:** têm por objetivo promover o equilíbrio dos laços afetivos para posterior reintegração de crianças de 2 a 8 anos cujos direitos encontram-se temporariamente violados ou ameaçados, por motivo de negligência, abuso ou violência física,



social, emocional e/ou moral.

Em conjunto com a 1ª Vara Regional da Infância, da Juventude e do Idoso, Promotorias Públicas e Conselhos Tutelares, os Abrigos Provisórios Joaquim Garcia e Nelson Cordeiro, situados na Cidade do Rio de Janeiro, atenderam em 2007 a 28 crianças e adolescentes, proporcionando atividades de proteção social e socioeducativas, extensivas aos familiares.

Desse efetivo, 12 encontram-se em processos de reintegração acompanhada à família de origem ou de colocação em família extensa (parentes próximos) ou substituta.

Novos produtos no mercado

No fim de agosto, a Capemisa ampliou seu portfólio com o lançamento de dois novos produtos:

VIP Previdente: dá a oportunidade ao cliente de formar um pecúlio que funcionará como herança para sua família ou pessoa querida, que receberá o valor do benefício após a

morte do participante.

Esse produto promove também o funeral e protege classes menos favorecidas, provendo os recursos para reposicionar melhor sua família, por exemplo, afastando-a das áreas de risco.

VIP Resgatável: a pessoa contrata um pecúlio por morte e, após 24 meses

de contribuição, pode resgatar as suas reservas, corrigidas e capitalizadas de uma só vez, se não ocorrer o evento morte. Caso ocorra, o beneficiário recebe o valor do benefício contratado. Funciona como uma poupança própria, associada a um benefício previdenciário para terceiros queridos.

Planos de saúde e odontológicos comprovam ascensão

Com o tema “Cultura de Valor: Inspirar, Engajar e Superar”, evento reuniu algumas das mais importantes empresas que dão suporte à área de Benefícios

A edição 2008 do Conarh (Congresso Nacional sobre Gestão de Pessoas), maior evento brasileiro do setor, que aconteceu de 19 a 22 de agosto, no Transamérica Expo Center, em São Paulo, mostrou mais uma vez como o setor de seguros investe cada vez mais no segmento de benefícios.

Durante os quatro dias do evento, palestras, workshops e apresentações, além de promoções especiais e ações de marketing, movimentaram o espaço e levaram ao público as novidades de diversas empresas que dão suporte à área de Recursos Humanos.

Além de demonstrar os diferenciais dos seguros de vida e previdência, o evento comprovou a consolidação dos planos de saúde de algumas companhias e, sobretudo, o notável crescimento dos planos odontológicos corporativos.

SulAmérica: ponto de encontro

A SulAmérica mais uma vez patrocinou o evento, tendo em vista que grande parte da carteira da companhia é composta por empresas de pequeno, médio e grande portes.

No estande, a grande atração foi a Pizzaria SulAmérica, especialmente criada para recepcionar os visitantes e que se tornou um animado ponto de encontro dos congressistas.



João Alceu Amoroso Lima - SulAmérica

O grande momento, no entanto, foi o sorteio de um cheque no valor de R\$ 8 mil para quem passasse no “Circuito Sul América”, composto por quatro estações que apresentaram algumas características dos produtos oferecidos pela companhia, entre eles o novo SulAmérica Você Capital Global, um seguro de pessoas coletivo para pequenas e médias empresas. (Leia box na página 30)

Segundo o vice-presidente de Saúde da SulAmérica, João Alceu Amoroso Lima, a presença no Conarh 2008 fortalece a relação com os RHs das empresas, mostrando a abrangência e qualidade do portfólio da companhia para um público que julga a qualidade do serviço e a seriedade da empresa.

Comemorando o crescimento de 9% no plano de saúde corporativo no primeiro semestre, João Alceu destaca que o novo seguro odontológico da SulAmérica se alinha com a expansão

do segmento e “é um complemento do leque de produtos na área de benefícios para empresas”.

Expansão da carteira

Com crescimento médio de 20,4% nos últimos anos e receita crescente – de R\$ 345 milhões em 2001 para R\$ 1 bilhão em 2007 – o mercado de assistência odontológica tende a um universo de aproximadamente 9,5 milhões de pessoas, quantidade baixa se comparada aos 39 milhões que possuem seguro saúde no Brasil, segundo dados da ANS (Agência Nacional de Saúde).

João Alceu lembra que o segmento odontológico “é um nicho com amplo potencial de crescimento e terá todas as atenções voltadas a ele”. A meta da SulAmérica Seguros e Previdência é chegar a 350 mil vidas em três anos.

Uma das estratégias da SulAmérica para atingir essa performance é explorar o cross selling (vendas do odontológico para quem já possui o seguro saúde). Hoje a companhia possui uma marca forte e consolidada na área médica, representando 53,2% do total de prêmios.

A idéia é reforçar no mercado as vantagens de oferecer aos funcionários benefícios como o seguro saúde e odontológico administrados pela

mesma seguradora.

Além das coberturas exigidas por lei, como consultas, emergências, tratamento de canal e remoção de tártaro, o seguro odontológico da SulAmérica disponibiliza, já na cobertura mínima, mais de 50 procedimentos adicionais, que incluem radiografia panorâmica, placa para bruxismo, coroa provisória imediata e enxerto gengival livre.

É possível também optar por coberturas mais amplas que incluem ortodontia com os aparelhos, próteses e implantes.

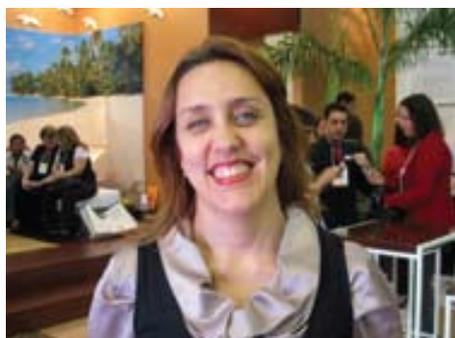
A rede referenciada nacional conta com mais de 4 mil profissionais qualificados – nenhum deles com menos de cinco anos de experiência profissional – que oferecem inclusive atendimento para pacientes portadores de necessidades especiais, como disfunção de ATM (Articulação Temporomandibular) e Estomatologia (lesões da boca ocasionadas por afta e câncer, por exemplo).

O novo produto é destinado, inicialmente, para empresas acima de 50 vidas e oferece contratação por adesão, sem carências. O próximo passo da SulAmérica é atender as pequenas e médias empresas (PME), com lançamento previsto para setembro.

Além disso, todo cliente que adquirir o seguro odontológico da SulAmérica poderá participar do Saúde Bucal Ativa, programa de prevenção cujo foco é dar atenção especial a males bucais crônicos por meio de análise de radiografias panorâmicas.

Porto Seguro: ilha de tranquilidade

Com o objetivo principal de fortalecer justamente sua atuação em saúde e odontologia, a Porto Seguro Seguros montou um estande cujo conceito era reproduzir uma “ilha de tranquilidade”, onde os participantes podiam relaxar e realizar sessões de acupuntura auricular.



Mônica Bortolossi - Porto Seguro

Os congressistas que passaram pelo espaço também podiam se inscrever para concorrer a uma viagem à Ilha de Comandatuba, na Bahia. “Estamos pela terceira vez no Conarh e queremos reforçar que nosso portfólio é amplo e capaz de dar total suporte aos RHs das empresas”, afirma a gerente Comercial, Mônica Bortolossi.

O seguro saúde da Porto ocupa o terceiro lugar no *ranking* da Susep. Com 18 anos de atuação no mercado, também representa a segunda principal linha de produtos dentro da companhia, atrás somente de Automóvel.

Atuando somente no segmento corporativo, a Porto Seguro Saúde registrou crescimento de 12,8% em 2007, em relação a 2006, somando R\$ 520,7 milhões em prêmios auferidos nos segmentos saúde e odontológico.

Para gerenciar a equação de acolher melhor as necessidades das empresas e manter a sinistralidade sob controle, a Porto Seguro Saúde conta com uma equipe de 50 médicos experientes, a maioria com idade entre 40 e 55 anos.

No panorama atual de crescimento do emprego formal e, por consequência, de expansão do seguro saúde corporativo, a Porto Seguro Saúde busca oferecer diferenciais, atuando em duas frentes.

Uma é o gerenciamento de casos

crônicos ou complicados, por meio dos Institutos de Promoção da Saúde, que contam com médicos especialistas e de referência no tratamento de diversas patologias.

Outra é proporcionar às empresas ações preventivas com o Programa Você Melhor, que visa o bem-estar com atividades voltadas para gestantes, reeducação alimentar e atividade física, obesidade e diabetes, check-ups, saúde emocional, dores musculares e tabagismo.

As soluções em seguro saúde da Porto contemplam empresas de todos os portes. O Porto Seguro Saúde PME (Pequenas e Médias Empresas) é destinado para organizações que têm entre 20 e 99 vidas, entre funcionários e dependentes.

Já o Porto Seguro Saúde Empresarial foi desenhado para mais de 100 vidas, oferecendo coberturas ambulatorial, hospitalar e obstétrica, sem limite de idade para ingresso. Além disso, conta com carência zero para todos os eventos, co-participação (opcional) e bônus de acordo com a utilização, entre outras características.

Novo plano odontológico

Relançado em março, o novo plano odontológico da Porto Seguro vai na corrente de crescimento do setor, buscando “fidelizar clientes e melhorar os índices de retenção profissional nas empresas”, acrescenta Mônica.

O Porto Seguro Odontológico conta com ferramentas que facilitam o dia-a-dia para a empresa que o contrata, como o Portal Saúde, que agiliza a comunicação e facilita processos.

Para o segurado, também há uma série de vantagens, como a livre escolha de dentistas, especialistas em todas as áreas, assistência em viagens internacionais e mais uma série de

benefícios.

O produto está disponível para empresas a partir de 15 vidas, nas modalidades PME – pequenas e médias empresas (15 a 99 vidas) e Empresarial (a partir de 100 vidas), podendo ser contratado nos planos Ouro, Prata e Bronze.

A cobertura do Plano Odonto Bronze inclui consultas (inicial, urgência e emergência); prevenção em saúde bucal; radiografia; dentística (restaurações); cirurgia oral menor; endodontia (tratamento de canal); periodontia (tratamento e cirurgia de gengiva); odontopediatria e ortodontia (colocação de aparelho gratuito na rede referenciada).

O Plano Odonto Prata diferencia-se na cobertura da ortodontia: além da colocação de aparelho, o plano cobre a documentação ortodôntica e manutenção.

O Plano Odonto Ouro cobre todos os serviços já citados e também a colocação de prótese (removível, convencional ou avançada – conserto e manutenção, exceto metais preciosos).

Allianz: fortalecimento da marca

A Allianz Seguros participou pela segunda vez do Conarh 2008. “Por se tratar do maior evento de RH do país, buscamos divulgar a nossa marca para clientes finais e corretores de seguros, solidificando o nome da Allianz para o mercado em função das recentes mudanças no segmento de saúde”, explica o diretor Peter Rosemberg.

A companhia, que ainda não atua no segmento odontológico, mas está estudando com atenção o mercado, apresentou no Conarh todos os benefícios e serviços agregados do seu seguro saúde, tais como parcerias com farmácias da Droga Raia, com descon-



Peter Rosemberg - Allianz Seguros

to em folha na compra de medicamentos, assistência a viagens, web services, entre outros.

“O seguro saúde é um dos que mais crescem no nosso mix de produtos e já alcançamos 140 mil vidas seguradas”, acrescenta Peter.

O executivo lembra que o sucesso nesse nicho é resultado de gestão cuidadosa, criteriosa e persistente, com foco nos detalhes. “Há sete anos buscamos nos aprimorar no relacionamento com os clientes, entendendo suas necessidades, criando uma relação de confiança mútua e primando pela excelência e transparência”, acrescenta.

O estande da empresa tinha o objetivo de firmar o nome da Allianz do ponto de vista institucional, além de criar um clima de aproximação com o público do evento para apresentação de seus diferenciais.

Os resultados recentes confirmam o sucesso da estratégia de mercado com 20% de aumento em prêmios no primeiro quadrimestre de 2008 e expansão de 24% em vidas seguradas, em comparação com o mesmo período do ano anterior.

Para ampliar esses números, a Allianz pretende continuar investindo fortemente na prospecção de novos clientes, contando com o apoio cada vez mais forte dos corretores de seguros que atuam com a companhia.

Amil: competência administrativa

Em sua terceira participação no Conarh, a Amil teve como objetivo demonstrar que a empresa oferece solução única em benefícios por meio das linhas Amil (seguro saúde mais voltado para executivos e gerentes) e Dix (nível operacional), agora unificadas sob mesma administração.

O diretor Corporativo da Amil, Norberto Birman, ressalta que a unificação pretende tornar os serviços cada vez mais ágeis e menos burocráticos, flexibilizando processos e melhorando a satisfação dos clientes.

“Temos a melhor sinistralidade do mercado, graças à competência de nossa administração. Essa ‘economia’ é reaplicada nos recursos e na estrutura que resulta em crescimento”, afirma Birman, apontando que a empresa registrou, nos últimos 12 meses, aumento de 70% em novos contratos, o que elevou a carteira para 3 milhões de vidas seguradas.

O executivo explica ainda que o papel da Amil é desenhar programas de saúde para as mais diversas empresas, com base nos seguintes pilares: prevenção, orientação e medidas efetivas para obtenção de empresas com pessoas saudáveis e produtivas.

Sorriso Amil

Ao contrário da maioria das empresas presentes no Conarh, o seguro odontológico da Amil já existe há 20 anos e conta com 550 mil vidas. A no-



Norberto Birman - Amil

vidade é que, há cerca de dois meses, a empresa constituiu um área executiva específica para o segmento com a meta de chegar a 1 milhão de vidas em dois anos.

Para tanto, a Amil aposta na formação de pessoal, modernização, qualidade e reconhecimento do produto, comunicação com o mercado (RHs e corretores), desenvolvimento de sistemas próprios de informação aos clientes e, sobretudo, sinergia de vendas com o plano de saúde (cross selling).

A grande atração do estande era a promoção “Sorriso Amil”: quem passava pelo espaço era convidado a tirar uma foto sorrindo. Os três finalistas com sorrisos selecionados por um júri de especialistas ganharam um porta-retrato digital.

Sobre a explosiva expansão do mercado de seguro odontológico, Birman considera que a Amil está preparada para se firmar entre as líderes, como já acontece com o seguro saúde. A empresa tem registrado expressiva expansão com 70% de aumento nos planos odontológicos nos últimos 12 meses.

“A intenção é utilizar nossa experiência de 30 anos em saúde para oferecer opções e diferenciais que atendam às necessidades dos clientes que pretendem oferecer o benefícios a seus colaboradores”, completa Birman.

Omint: soluções integradas

Presente pela sétima vez ao Conarh, a Omint Serviços de Saúde buscou a estratégia de expor a marca para o público formador de opinião que compra os serviços da empresa. “É uma maneira de expor diferenciais, além de acolher clientes e parceiros, funcionando também como prospecção de negócios, mostrando as soluções integradas de medicina e odontologia para as mais diversas hierarquias corporativas”, aponta o diretor Comer-



Cícero Barreto - Omint

cial, Cícero Barreto.

O executivo lembra que a Omint trabalha com uma rede credenciada de alta qualidade e as empresas contam com visitas semanais de consultores para propor alternativas que visam a melhor gestão da qualidade de vida dos funcionários.

“Atuamos em saúde de alto padrão e nosso plano odontológico também é reconhecido como um dos melhores do mercado. Além disso, a Omint é a única operadora que possui clínica odontológica *premium* que atende todas as especialidades, desde 1999”, completa.

No Conarh, a empresa apresentou aos visitantes um novo conceito em serviços e atendimento. No portfólio da empresa os clientes encontram produtos corporativos, como os Empresariais Medicina, Odontologia e o Omint Estilo Empresarial.

O design do estande da Omint foi inspirado na fachada do novo prédio da empresa, que possuirá 11 mil metros quadrados e terá um auditório com capacidade para 100 pessoas. O auditório será utilizado para eventos e treinamento de corretores. O prédio contará também com uma moderna clínica odontológica da Omint. A nova sede será inaugurada em 2009.

Outra atração foi a tarde de autógrafos com Robert Wong, autor do livro “O Sucesso está no Equilíbrio”. Wong foi eleito pela revista The Eco-

nomist como um dos mais influentes caça-talentos do planeta.

OdontoPrev: plataforma tecnológica

Líder de mercado há mais de dez anos e com cerca de 2,3 milhões de clientes finais, a OdontoPrev levou ao Conarh a tecnologia de plataforma única, cujos sistemas permitem à companhia atuar com mais eficiência em promoção de saúde bucal e controlar os índices de sinistralidade.

A rede credenciada da OdontoPrev é altamente especializada e conta com cerca de 14 mil cirurgiões-dentistas, em mais de 1.090 cidades, em todos os estados do Brasil.

Em vista de sua dimensão, a empresa mantém forte investimento em tecnologia da informação, com foco especial em conectividade entre consultórios odontológicos e os sistemas da OdontoPrev, visando agilidade e o melhor atendimento do mercado.

No estande, o público pôde ver algumas dessas inovações, como o software Easy Dental, moderna ferramenta para gestão de consultórios que oferece prontuários clínicos dos pacientes, módulo de aquisição, armazenamento e tratamento de imagens.

Como em edições anteriores, a OdontoPrev foi a assistência odontológica oficial do Conarh 2008, prestando atendimento de emergência a todos os congressistas.



Eduardo Dal Maso - OdontoPrev

Inpao: aproximação com o cliente

Em sua terceira participação consecutiva no Conarh, o Inpao Dental, especializado em planos odontológicos, trouxe como novidade o lançamento do PME (Pequenas e Médias Empresas), destinado a grupos entre 5 e 99 vidas, que correspondem a 80% da economia nacional.

O novo produto chega alavancado por uma série de campanhas e promoções e tem a meta de atingir 60 mil vidas em um ano ao preço de R\$ 13,30, no módulo básico.

“O Conarh possibilita a aproximação com os clientes e com os corretores, que são nosso principal canal de



Claudio Aboud - Inpao Dental

distribuição”, ressalta o diretor Administrativo-Financeiro, Claudio Aboud.

Devido ao tema deste ano, “Cultura de Valor: Inspirar, Engajar e Superar”, a operadora apresentou suas campanhas de incentivo aos públicos que geram valor para a companhia.

Para os cirurgiões-dentistas da rede credenciada foi lançada a campanha “Cirurgião-dentista Nota 10!”. A iniciativa visa reconhecer e premiar os melhores profissionais que trabalham para o Inpao Dental.

Dividida em três etapas, cada uma com pontuação de zero a 10, a ação vai durar quatro meses e premiará aqueles que mais se destacarem com aventais, instrumentais cirúrgicos, cursos e viagens. A primeira parte é

uma pesquisa de satisfação direcionada aos profissionais de RH, clientes do Inpao Dental, que vão eleger os melhores cirurgiões-dentistas da rede credenciada.

A segunda etapa é um jogo de perguntas e respostas de múltipla escolha sobre os procedimentos da operadora. A terceira e última parte consiste na participação dos cirurgiões-dentistas em uma ação social. Aqueles que conquistarem o maior número de pontos no final serão eleitos “Cirurgião-dentista Nota 10!”.

A outra campanha é direcionada aos corretores de seguros e seus técnicos, responsáveis por mais de 70% das vendas de planos odontológicos da operadora. Com o tema “Pense Grande, Voe Alto”, a ação vai premiar automaticamente todos que alcançarem determinado número de vidas. A iniciativa tem validade de seis meses e é acumulativa neste período.

São 15 prêmios diferentes entre *home theaters*, viagens, motos e carros. Cada dez vidas conquistadas equivalem a um ponto. E a cada pontuação atingida, os corretores são premiados automaticamente. Por exemplo, uma impressora HP será entregue aos corretores que atingirem 50 pontos (500 vidas). Um notebook é o prêmio daqueles que conseguirem 700 pontos (7000 vidas). Quem alcançar 3000 pontos (30 mil vidas), ganha um carro zero quilômetro.

Prodent: parcerias de peso

A Prodent chegou ao Conarh pela terceira vez com o propósito de apresentar suas novas parcerias. Entre operadoras de saúde, a prestação de serviços da Sameil em seguro odontológico tem assinatura da Prodent.

Além disso, a empresa firmou contrato com as Lojas Marisa para oferecer o plano odontológico a clientes e funcionários nos valores de R\$ 16,90 (com carência) e R\$ 21,90 (sem carência),



Luís Fernando de Paula Henrique - Prodent

que podem ser lançados para pagamento no próprio cartão da rede varejista.

Segundo o diretor de Marketing, Luís Fernando de Paula Henrique, a ANS (Agência Nacional de Saúde) qualificou a Prodent com nota máxima em sua avaliação de operadoras do segmento odontológico.

Ele acrescenta que, neste ano, a empresa investiu fortemente para ter um stand de alto nível, com muito conforto e excelente posicionamento, visando maior aproximação com os clientes.

“Nosso foco em qualidade resulta nos números de crescimento. Começamos o ano com 120 mil vidas e, até setembro, já vamos chegar em 200 mil, ou seja, um crescimento de 70%”, aponta Luís Fernando.

Esses resultados confirmam a trajetória ascendente da empresa, que cresceu entre 30% e 50% nos últimos cinco anos.

A perspectiva é atingir 500 mil vidas até o final de 2010. Para tanto, o executivo fala que a Prodent continuará buscando a expansão dos planos empresariais pelo canal de corretores, além de reforçar as parcerias com operadoras de saúde e redes de varejo.

“Haverá muitas aquisições e fusões no mercado e os clientes vão se concentrar em menor número de operadoras. Essa é a tendência do segmento e, por isso, precisamos estar sempre nos modernizando e melhorando a qualidade de nossos serviços para fidelizar os clientes e continuar crescendo”, conclui.

Quando o assunto é motocicleta, a proteção e a segurança são itens fundamentais. A Teletrim Monitoramento, uma das maiores empresas de rastreamento, localização e recuperação de veículos do país, desenvolveu a melhor solução para proteção e rastreamento de motocicletas, incluindo as de baixa cilindrada. Quando o serviço é Teletrim, você conta com a mais alta qualidade, rapidez e a maior rede de instalação e assistência técnica. Um ótimo negócio para você e para seus clientes.



Seu veículo monitorado e protegido

**Não importa seu destino. Você tem
a segurança de estar sempre protegido**

Scoring da Serasa é ferramenta valiosa para seguradoras

Tecnologia classifica riscos e calcula, em forma de pontuação, a probabilidade de ocorrência de sinistros

A Serasa foi pioneira na implantação do scoring em bureau de crédito no país. Em 1997, lançou esse sistema capaz de calcular risco correlacionando múltiplas bases de dados.

“No seu início, o scoring foi usado para mensurar a probabilidade de um proponente ao crédito ficar inadimplente. Logo aderiram bancos, financeiras, redes de varejo e uma grande seguradora, que o utiliza até hoje”, explica o executivo Ivan Franzolim, da Serasa.

Até então, o mercado estava acostumado a tomar decisões de crédito e negócios apenas verificando se a pessoa (física ou jurídica) tinha ou não algum apontamento negativo, como dívidas vencidas e não pagas.

Os negócios aconteciam com quem apresentasse o famoso “Nada Consta” e a situação deixava os demais clientes como se tivessem todos o mesmo risco, o que não é verdade.

“Há casos em que clientes sem antecedentes negativos possuem risco maior que clientes com alguns negativos. O scoring é a solução ideal para analisar o risco geral de clientes e prospects”, acrescenta Franzolim.

Auto-sinistro

Entre os modelos de scoring disponibilizados pela Serasa, existe o Scoring Auto Sinistro, ideal para seguradoras, pois calcula em forma de pontuação a probabilidade de ocorrência de sinistros e sua intensidade.

O resultado desse scoring é obtido



Ivan Franzolim - Serasa

em poucos segundos, ajudando as seguradoras a decidir pela aceitação da proposta e contribuindo para encontrar o melhor preço ao risco encontrado. As seguradoras estão utilizando na subscrição, precificação e na regulação.

“Para a concessão de crédito, há modelos utilizados nos seguros garantia, crédito e fiança locatícia para calcular a probabilidade de um proponente ao crédito ficar inadimplente em um determinado tempo. Para a cobrança temos um modelo que mensura a propensão de pagamento de inadimplentes. Além dos diversos modelos para os diferentes setores do mercado e seus canais de venda, a Serasa também desenvolve modelos específicos”, explica Franzolim.

Scoring interno

Mesmo as seguradoras que possuem scoring interno podem se beneficiar da tecnologia da Serasa. “O uso

conjugado dos dois scorings amplia a visão de risco dos clientes, aumentando a rentabilidade geral da carteira”, acrescenta.

O scoring interno processa os dados relativos ao comportamento do cliente dentro da seguradora, mas para uma análise mais completa, obtendo uma previsão mais precisa do risco, é necessário processar também os dados do comportamento do cliente junto a diversas empresas de diferentes segmentos do mercado.

Como funciona

Os Scorings da Serasa utilizam diversas tecnologias simultaneamente, para obter o melhor resultado, como: modelos matemáticos, regressão logística, árvore de decisão, datamining e até redes neurais.

Essa ferramenta trabalha com casos reais, representados por massas de dados de segurados com e sem sinistro. O sistema correlaciona dados cadastrais, de dívidas vencidas e, principalmente, de dados comportamentais dos clientes no mercado, identificando e classificando diversos perfis de risco.

“A Serasa tem feito testes retroativos calculando a pontuação do Scoring na data em que cada negócio foi aprovado, a partir de amostras de dados enviados pela empresa, misturando casos com bons e maus resultados. Contudo, a melhor comprovação de sua eficácia é a sua adoção pelas maiores seguradoras e empresas do mercado”, conclui o executivo.

HARMONIA EM TI

Gestão Estratégica de Planos e Seguros Saúde

DexTotal®

O Sistema **DexTotal®** foi elaborado para a Gestão Estratégica de Planos e Seguros Saúde. Com ele a Operadora de Saúde pode manter foco total em seu negócio ganhando muito mais visão do seu mercado, aumentando efetivamente seus resultados e atendendo com excelência os seus clientes.

Alto nível de automatização no controle das contas médicas em todos os níveis!

- Redução real de custos administrativos e fraudes
 - Aumento efetivo da produtividade
 - Controle preciso de informações
 - ANS - Módulo **TISS** "especial"
 - 100% WEB(conectividade total)

O Sistema **DexTotal®** atende as necessidades das operadoras de saúde nos segmentos das Medicinas de Grupo, Seguradoras, Cooperativas Médicas e Autogestão.



Novo cenário do mercado movimenta D&O

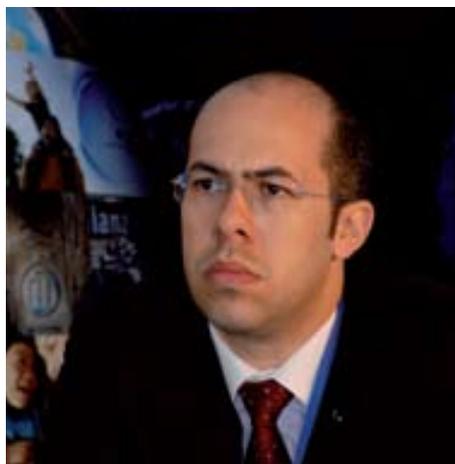
Internacionalização dos negócios e aumento de empresas com capital aberto em bolsa deram novo fôlego para o seguro

As alterações ocorridas na economia nacional, tais como a alta dos investimentos externos - como o ingresso de novas multinacionais no país, o número de empresas brasileiras que abriram capital, principalmente no ano passado, o crescimento das exportações e as alterações nas regras dos Fundos de Pensão - deixaram os executivos ainda mais expostos aos riscos e provocaram um aumento da procura pelo seguro de Responsabilidade Civil para executivos, o D&O - Directors & Officers.

“Uma decisão errada pode acarretar prejuízos à empresa e, conseqüentemente, a terceiros, como acionistas, fornecedores, clientes e empregados, que podem reclamar e processar o administrador por isso. O D&O tem justamente a função de proteger o patrimônio do executivo caso isso venha a acontecer”, explica Ângelo Colombo, diretor de Grandes Riscos da Allianz Seguros.

O seguro é contratado pelas empresas, via corretores, para seus executivos que, ao assumirem seus cargos, muitas vezes pedem o seguro como benefício.

O grupo de executivos que pode ser beneficiado com o D&O: presidentes, diretores estatutários e não estatutários, administradores, membros do conselho de administração, jurídico e fiscal, gestores de riscos, procuradores com poderes de gestão.



Ângelo Colombo - Allianz

Coberturas

A Allianz, após a abertura do mercado de resseguros, reformulou o produto e agora relança o D&O, que chega ao mercado brasileiro com todo o *know how* do Grupo Allianz, líder mundial no segmento. Além disso, o fato de estar presente em 70 países permite à companhia oferecer coberturas em âmbito mundial.

As coberturas principais são: custos de defesa, pagamento de indenizações, despesas dos segurados em caso de penhora “on-line” e bloqueio de recursos.

“O seguro inclui ainda coberturas para prejuízos causados por práticas trabalhistas indevidas, como processos por assédio, constrangimento, discriminação racial, entre outros. Por outro lado, atos dolosos, fraudes e riscos cobertos por outras apólices, como as de Responsabilidade Civil Profissional, por exemplo, não fa-

zem parte das coberturas do D&O”, completa Marcelo Mansur, do Mattos Filho, Veiga Filho, Marrey Junior e Quiroga Advogados, escritório que prestou consultoria legal à Allianz Seguros para estruturar sua nova apólice de D&O.

Mercado

Presente no Brasil há dez anos, o mercado de D&O fechou 2007 com faturamento de cerca de R\$ 96 milhões em prêmios, 9% a mais do que no ano anterior, de acordo com dados da Susep. Segundo estimativas dos executivos da Allianz Seguros, este número deve crescer ainda mais nos próximos anos, sendo que a expectativa para 2008 é de 15%.

“No começo, apenas as grandes empresas e as multinacionais, seguindo determinações de suas matrizes, adquiriam o seguro. Mas o que vemos agora é a abertura de um novo mercado e uma procura maior do D&O por pequenas e médias empresas, diz Colombo.

Sobre a contratação e o valor da apólice, Colombo explica que o D&O não é um seguro elitizado e que sua contratação é simples. “Basta preencher um pequeno questionário com informações sobre o contratante e a empresa para analisarmos os ativos, o histórico de reclamações, e assim definirmos o preço do seguro, que em alguns casos pode custar menos que a apólice do carro do executivo”.

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 Jesuino 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

SulAmérica lança novo seguro caminhão

Mercado em expansão leva companhia a desenhar novo produto para veículos de carga

Chega ao mercado o SulAmérica Caminhão, seguro desenhado para veículos de carga. O produto apresenta garantias e serviços que atenderão às necessidades desse segmento. Com um mercado em expansão e já explorado pela seguradora, o seguro para caminhão recebeu nova roupagem e está ainda mais focado nas necessidades dos clientes.

“Esse é um mercado potencial que apresenta um grande campo a ser explorado. Queremos oferecer um produto inovador e participar do segmento de maneira diferenciada”, afirma Carlos Alberto Trindade, vice-presidente de Auto e Massificados da SulAmérica Seguros e Previdência.

Garantia adicional

Uma das novidades está na operação de basculamento, garantia adicional que cobre prejuízos sofridos pelo caminhão basculante segurado se houver acidentes durante operações de carga e descarga.

Além disso, a seguradora ampliou as opções de diárias por indisponibilidade,

garantia adicional já oferecida pela companhia e que tem como intuito compensar a perda financeira pelo tempo em que o veículo ficou inativo.

A garantia, que antes abrangia o período de 15 dias, foi ampliada e passa a oferecer também a opção de contratação por 30 dias, em ambos os períodos, com valores que variam de R\$ 75,00 a R\$ 220,00.

Como acontece no seguro para automóvel, o caminhoneiro passa a contar também com a opção de franquia reduzida, deixando a critério do segurado a escolha que mais se adequa às suas necessidades.

Vantagens exclusivas

Algumas vantagens exclusivas foram incorporadas ao pacote oferecido pelo seguro. Uma delas é a parceria com a Bandag/Rede BTS, empresa especialista em recapagem de pneus, que disponibilizará balanceamento e alinhamento grátis para os segurados da companhia nas cidades de abrangência da Rede.

Outro benefício é o desconto adi-



Carlos Alberto Trindade - SulAmérica

cional de 5% para peças e serviços da Rede HC Pneus (exceto pneus), nos estados de Minas Gerais, Pará, Ceará e Pernambuco.

“Outros benefícios serão inclusos na apólice do SulAmérica Caminhão, pois acreditamos que, com estes diferenciais, o caminhoneiro se sentirá cada vez mais seguro e contará com a nossa proteção nos seus trajetos diários”, conclui o executivo. O novo seguro SulAmérica Caminhão está disponível em todo o país.

Inovação em seguro de pessoas coletivo

A SulAmérica Seguros e Previdência também está inovando com o lançamento do SulAmérica Você Capital Global, que é um seguro de pessoas coletivo para pequenas e médias empresas.

A novidade foi um dos destaques da SulAmérica no Conarh 2008 (leia matéria sobre participação da empresa na matéria especial publicadas entre as páginas 20 e 24).

O atrativo do novo produto é que, em caso de sinistro, o capital segurado individual é calculado como sendo a divisão do capital global contratado pelo número de funcionários segurados ativos no mês.

Além das coberturas tradicionais como morte, morte acidental, invalidez total ou parcial por acidente e auxílio funeral, o produto traz dois importantes diferenciais:

- Em caso de falecimento do cônjuge: garante ao titular do seguro uma indenização equivalente a 50% do capital de morte contratado;

- Auxílio Cesta Básica: em caso de falecimento do titular (e desde que tenha sido contratada a cobertura de morte), garante aos beneficiários o pagamento do valor de cestas básicas contratado, limitado ao capital segurado individual dessa cobertura.

Qual o seu papel na
presevação ambiental?



ASSINATURA DIGITAL,

tudo pode ficar mais fácil, rápido e seguro: você preserva o ambiente, ganha agilidade nos negócios e administra todos os seus documentos digitais com o I4PRO ECM

A I4PRO - Insurance for Professionals, é uma empresa especializada em TI para seguradoras de todos os portes e ramos. Seus software foram definidos para otimizar processos de seguros sem agregar complexidade em sua parametrização. Isso significa redução de custos e de prazos, seja em implementações ou mesmo na manutenção do dia-a-dia.

Faça o teste, conheça nossos produtos:

11 3664.4600 ou www.i4pro.com.br



Mudanças climáticas acionam “alerta vermelho” no setor de seguros

Além de sinistros de alto valor, aquecimento global exige atenção redobrada para adaptação a novos riscos e perdas no volume de negócios

Reportagem veiculada na prestigiada revista Der Spiegel, da Alemanha, no fim de julho, mostrava que indústrias alemãs estavam considerando a possibilidade de sair do país, em virtude do alto preço pago para permissão de emissões de carbono.

A situação, ainda hipotética, poderia levar o país ao desemprego e à recessão, além da conseqüente retração no consumo de seguros.

No início de agosto, o professor John Guillebaund publicou artigo no British Medical Journal, sugerindo ter menos filhos de forma a contribuir para combater

o aquecimento global. “A população mundial excede 6,7 bilhões e o consumo de combustíveis fósseis, água potável, colheitas, peixes e florestas excedem a demanda”, aponta Guillebaund.

É bem possível que, num mundo com taxa de natalidade que tende a zero, as pessoas consumam menos seguros de vida e mais previdência complementar, que por sua vez vão ficar mais caras e menos acessíveis a grandes contingentes populacionais.

Apesar do tom aparentemente alarmista dessas projeções, elas sugerem que o mercado de seguros tem muito a

perder, como todos os setores da economia, porque estamos diante de um cenário que exige ações profundas e emergenciais.

Ou seja, para “salvar o planeta” e os negócios, sobrevivendo num mundo já desequilibrado do ponto de vista ambiental, é preciso agir com foco e agilidade, porque as mudanças climáticas não parecem dispostas a esperar nada, nem ninguém.

Seguros e necessidade básicas

O diretor Comercial da Companhia de Seguros Previdência do Sul, Lucio Marques, aponta que “nosso mercado precisa entender que o consumo de seguros não é prioritário - as pessoas só vão adquiri-los depois de proverem suas necessidades básicas”.

Marques é categórico no sentido de defender que “o mercado segurador brasileiro não tem dado a devida importância às mudanças de caráter climático”.

Ele acredita que várias são as incógnitas que relacionam sinistralidade e mudanças climáticas, mas a amplitude do problema é maior, mais amplo e mais complexo do que estamos acostumados a considerar.

“Quando ocorre um sinistro devido a fenômenos meteorológicos inesperados, a preocupação é sempre com a sinistralidade. Depois, nada é feito para estudar as reais necessidades da população e do mercado”, adverte.





Lúcio Marques - Previdência do Sul

Na sua análise, as grandes resseguradoras têm se deparado com enormes prejuízos em todo o mundo e a atual abertura do mercado brasileiro a essas companhias vai ajudar no estudo das mudanças climáticas e seu impacto na atividade seguradora brasileira.

“Temos de começar a repensar o futuro em várias áreas, tanto no aspecto climático, como também da natalidade, já que fatalmente teremos uma população com mais de 80 anos, cada vez mais crescente, e com isso teremos alteração nas taxas de seguro. Creio que esse é o momento que exige grande mobilização do mercado”, completa Marques.

Resposta efetiva

O presidente da Swiss Re Brasil, Henrique Oliveira, concorda que a indústria onde se inserem o seguro e o resseguro – a de serviços financeiros – pode, como agente de mudanças, ajudar a sociedade no caminho de uma resposta efetiva ao problema.

“No entanto, só podemos ser realmente eficientes nesse papel se as estruturas regulatórias e legislativas estabelecerem os incentivos adequados para a redução de emissões e para nossa adaptação em escala global”, afirma Henrique.

Nesse sentido, o executivo mencio-

na o estudo “Aquecimento global e cenários futuros da agricultura brasileira”, assinado pela Unicamp (Universidade Estadual de Campinas) e Embrapa (Empresa Brasileira de Estudos Agropecuários).

“A conclusão é a de que o aquecimento global poderá causar perdas de mais de R\$ 7 bilhões nas safras de grãos do Brasil em 2020, afetando principalmente a soja, um dos nossos maiores produtos de exportação”, ressalta.

Henrique lembra que, se o seguro e o resseguro agrícola atingirem os patamares desejados nos próximos anos, pagarão a maior parte dessas perdas. “É claro, portanto, que nossa exposição a esses cenários terá de estar re-



Henrique Oliveira - Swiss Re

fletida nos modelos de precificação”, reforça.

Em outras palavras, o seguro agrícola vai ficar mais caro e dificultar o acesso dos pequenos e médios produtores ao seu consumo, podendo trazer perdas significativas no volume de negócios das seguradoras.

Ações em andamento

Com sua expertise mundial, a Swiss Re é uma das companhias mais preocupadas em modernizar seu portfólio e lançar ações para enfrentar as mudanças climáticas, do ponto de vista

econômico e social.

“Em setembro do ano passado, a Swiss Re lançou um programa cuja primeira etapa está destinada a desenvolver proteção financeira contra a seca para até 400 mil pessoas em países da África”, exemplifica Henrique.

Além disso, a Swiss Re estabeleceu metas internas de redução nas emissões de carbono, baixando-as em mais de 25% entre 2003 e 2007. “Para ajudar nossos funcionários na obtenção de tais resultados, a Swiss Re pratica um programa de subsídios em dinheiro para compra de artigos como veículos híbridos, painéis solares, refrigeradores de baixa emissão, etc”.

Para o futuro, a Swiss Re mantém o compromisso de se aprofundar na questão das mudanças climáticas, chamando todos os agentes do mercado à reflexão e compartilhando idéias e soluções.

“O mercado de seguros global precisa melhorar seu conhecimento sobre as mudanças climáticas, para que possamos quantificá-las e integrá-las nas estruturas de gerenciamento de risco e nas políticas de subscrição, além de desenvolver produtos e serviços para mitigar ou nos adaptarmos a tais riscos”, acrescenta.

Problema da humanidade

O presidente da Allianz Seguros, Max Thiermann, considera que a indústria do seguro está atenta às altas indenizações decorrentes de sinistros climáticos, “mas também é correto dizer que a preocupação se estende aos seguros que certamente deixarão de ser feitos pelo mesmo motivo”.

O executivo defende, no entanto, que “as mudanças climáticas são um problema da humanidade e não apenas do mercado segurador, por isso as ações de combate ou mitigação dos riscos do aquecimento global devem atingir todos os seto-

res da economia, governos e sociedade civil”.

Max conta que a Grupo Allianz foi pioneiro na percepção do problema e no desenvolvimento de pesquisas sobre o assunto. Ainda em 2005, o Grupo firmou parceria com a WWF International com o fim de promover estudos para entender como o aque-



Max Thiermann - Allianz Seguros

cimento global interfere no mercado financeiro em geral e no segurador, em especial.

“A parceria continua e, entre os compromissos firmados, a organização se comprometeu a reduzir em 20% suas emissões de gases do efeito estufa até 2012”, salienta.

Na Alemanha, a seguradora fechou recentemente acordo com a empresa de serviço postal Deutsche Post AG para enviar suas 140 milhões de cartas ao ano via canais neutros de dióxido de carbono (CO2).

A Deutsche Post AG compensa a emissão gerada pela correspondência transportada para Allianz, por exemplo, apoiando um projeto de hidrelétrica no Brasil ou utilizando veículos movidos a eletricidade para entrega das cartas.

“Serão 4 mil toneladas de carbono neutro. Na Alemanha, a seguradora imprime mais de 710 milhões de pa-

péis por ano, incluindo a correspondência para segurados e clientes bancários”.

No Brasil, a Allianz criou o Grupo Interdisciplinar de Sustentabilidade, que envolve os executivos de diversas áreas da companhia para desenvolver ações consistentes a fim de reduzir ou compensar emissões de CO2. “Vários projetos se encontram em estudo, mas ainda é prematuro divulgá-los. Entretanto, posso garantir que teremos novidades nos próximos meses”, adianta Max.

A Allianz Seguros também promoveu em julho o Fórum Internacional para Jornalistas, que reuniu cerca de 60 profissionais de imprensa do Brasil, para dialogar sobre os reflexos do aquecimento global na indústria do seguro.

Entre as conclusões apresentadas, estima-se que as transformações climáticas vão gerar perdas anuais de US\$ 41 bilhões anuais ao mercado segurador, nos próximos 15 anos – decorrentes de sinistros ambientais e ainda sem levar em conta a diminuição no volume de negócios.

“Não existe um ramo específico que será afetado, mas praticamente todos. Sobre a taxa de natalidade, por exemplo, temos uma tendência de melhora na questão ambiental promovida pela redução no número de filhos, uma vez que os recursos naturais – água, madeira, minérios – são finitos. Mas por outro lado, o custo dos países com a previdência social só tende a se agravar. Será necessária uma revisão dos regimes de aposentadoria”, projeta Max.

O executivo observa ainda que haverá aumento da demanda por previdência social e pagamento de pensões. Assim, vamos assistir a migrações de populações para lugares inóspitos, que passam a ser habitados, ou para outros países.

“As mudanças climáticas certamente vão intensificar esses processos e se configuram como problema muito amplo, desafiando a capacidade da indústria do seguro de se adaptar aos novos riscos”.

Pauta de discussões

Na esfera institucional, as mudanças climáticas já estão na pauta de discussões de entidades como Funenseg (Escola Nacional de Seguros), Fenaseg (Federação Nacional das Seguradoras, que agora vai ganhar o status de Confederação com o nome de CNSeg) e Fenseg (Federação Nacional de Seguros Gerais).

Em março deste ano, a Fenseg promoveu o seminário “Mudanças climáticas – o que a indústria de seguros pode e deve fazer?”.

Como principal resultado do encontro, a Fenseg divulgou que reconhecia o impacto das mudanças climáticas na atividade seguradora, delineando a necessidade de adotar políticas de adaptação no território brasileiro para enfrentar os impactos do aquecimento global.

Na ocasião, a Fenseg criou o Grupo de Trabalho de Mudanças Climáticas, nomeando como coordenador o diretor de Finanças da Unibanco AIG, Ney Dias.

Desde então, o Grupo tem feito reuniões mensais com o propósito de propor um plano detalhado de ações no ano que vem, em novo seminário que será lançado pela entidade.

“Nosso objetivo é preparar o mercado segurador para um novo contexto, que não é mais ficção. Isso vai demandar mais capital por parte das companhias para os riscos normais e para os ‘anormais’, visando a capacidade de cobrir os sinistros decorrentes de eventos ambientais inesperados”, explica Ney.

Entre os estudos promovidos pe-



Ney Dias - Unibanco AIG e Fenseg

lo Grupo, Ney destaca a proposta de incentivar os municípios a adotar legislação que contemple, nas obras civis, técnicas ou materiais resistentes a vendavais, alagamentos, etc.

Ele reconhece que o trabalho vai demandar longo prazo até ser implementado pelos municípios brasileiros, mas enquanto isso o Grupo trabalha em outras frentes, como estimular as seguradoras a adotarem o Princípio do Equador, ou seja, fazer com que as companhias de seguros sigam critérios de sustentabilidade já adotados pelos bancos nacionais.

O Grupo também se dedica a construir uma espécie de autoregulação do setor, privilegiando investimentos na bolsa para seguradoras com ISE (Índice de Sustentabilidade Empresarial).

A identificação e uso de energia renovável (eólica, biodiesel, etc), além do financiamento de pesquisas sobre o impacto das mudanças climáticas no setor de seguros, também fazem parte dos estudos da Fenseg.

Com uma abordagem bastante voltada à prevenção do mercado contra sinistros decorrentes de problemas ambientais, o executivo comenta que a perda no volume de negócios é algo que se pode considerar somente no “longuíssimo prazo”.

“Nós acreditamos que nos países emergentes há muito espaço para crescer porque há elevado contingente populacional subsegurado. De qualquer forma, estamos atentos e queremos propor um plano de ações com assinatura na Fenseg no próximo ano”, acrescenta Ney.

E o (nosso) futuro?

Se as mudanças climáticas já estão afetando de forma contundente o dia-a-dia das pessoas e das empresas, como reconhece a própria Fenseg, parece meio desanimador saber que o mercado ainda vai esperar quase um ano para ter um plano de ações que realmente enfrente o problema.

Sobre a questão, num enfoque que não se limita a indenizações, o advogado Paulo André Corrêa Minhoto, da Minhoto Advogados, liga o “alerta vermelho” e entende que “a terra vai esquentar e as taxas de seguros também”.

Paulo André é enfático ao dizer que “o futuro do planeta já é projetado nos milhões que a economia mundial vai pagar para estabilizar e organizar a sociedade que se degradará a cada décimo de grau que vai aumentar na temperatura da Terra”.

Na sua argumentação, ele reforça que “o aquecimento global está em ritmo acelerado, superior ao processo adaptativo da natureza, assim como do ser humano”.

Por isso, o advogado sustenta que o seguro de vida será um dos primeiros que deverá se adaptar à nova realidade do planeta.

“Já pode ser observado um aumento de casos de câncer de pele, concomitante aos óbitos de crianças e idosos causados pelas ondas de calor que têm assolado a Europa e Estados Unidos. Não tardará o dia em que será considerado agravamento de risco a falta de uso do filtro solar”, avisa.

Para completar, a intensidade e

abrangência de novas e velhas pragas, além da migração de populações para regiões menos afetadas pela desertificação, podem levar o seguro de vida a taxas proibitivas.

Sobre a agricultura, Paulo André também faz projeções pouco animadoras. “Intempéries dificultariam a cobertura securitária de culturas que não estivessem geneticamente adaptadas. Sabe-se, por exemplo, que o aumento da temperatura no Brasil mudaria a geografia da produção agrícola no país. O café, pela progressão atual, estaria condenado na região Sudeste. O prejuízo previsto para essa cultura, até 2020, pode ser superior a R\$ 800 milhões”.

Paulo André Corrêa Minhoto
Minhoto Advogados

Os dados foram todos extraídos do trabalho “Aquecimento global e cenários futuros da Agricultura Brasileira”, já citado nesta matéria pelo presidente da Swiss Re Brasil, Henrique Oliveira.

“É verdade que parte da economia, em um novo segmento, lucraria milhões de dólares sob a égide da nova realidade climática, entretanto, o panorama seria completamente adverso do atual, exigindo uma adaptação completa e, quem sabe, uma reconstrução do sistema securitário mundial”, conclui Paulo André.



Indicada por quem

ANS - Nº 389.358

OS 100
MELHORES
PARA
RH



Prêmio concedido pela Gestão & RH Editora.

Troféu Garrota de Ouro, prêmio concedido pela Revista Seguros Total.



INPAO
DENTAL
A Odontologia Inteligente

Planos odontológicos *empresariais*.

“Comecei a trabalhar com o INPAO Dental depois que uma paciente me indicou, há mais de 13 anos. A praticidade em todo o processo de tratamento fez com que eu permanecesse na companhia até hoje. Cheguei a atender outras empresas de odontologia também, mas o trabalho não compensava. Permaneci só com o INPAO Dental, porque eles são muito profissionais no que fazem”.

Dr. Carlos Alberto do Valle

*Especialista e Mestre em Prótese e Implantodontia.
Professor titular do Hospital Geral do Exército e da
Academia Brasileira de Medicina Militar.*

CROSP 63798

é expert no assunto.

O INPAO Dental é pioneiro no mercado de planos odontológicos corporativos. Fundado em 1964, é uma das maiores empresas do setor, com mais de 300 mil beneficiários. Sua rede credenciada é composta por 12,5 mil cirurgiões-dentistas distribuídas por todo o território nacional.

consulte seu corretor

11 5094-4040 ou acesse nosso portal www.inpao.com.br

Lincx avança nos planos corporativos

Faturamento da empresa registra R\$ 71 milhões, o que representa crescimento de 73% no primeiro semestre

A Lincx Serviços de Saúde registrou, nos primeiros seis meses deste ano, um faturamento de R\$ 71 milhões, contra os R\$ 41 milhões no mesmo período de 2007.

O resultado representa um crescimento de 73%. Parte desse aumento deve-se aos planos corporativos, que subiram de 70% para 75% do total da carteira de clientes da empresa.

“Os planos modulares, que são estruturados de acordo com as necessidades das empresas, aliados à gestão que fazemos junto aos RHs de nossos clientes, resultam em baixa sinistralidade e reforçam o comprometimento que temos com cada empresa que está com a gente”, explica o presidente da Lincx, Dr. Silvio Côrrea da Fonseca.

Canal Corretor

Para alcançar resultado tão expressivo, a Lincx se amparou no novo modelo de vendas, incluindo agora corretores, um movimento que teve início há cerca de quatro meses. “Sem dúvida, o Canal Corretor aumentou a distribuição dos nossos produtos”, conta Dr. Silvio.

Para consolidar a atuação da empresa no mercado, Dr. Silvio lembra que o plano odontológico da Lincx apresenta as mesmas características que o plano médico: atendimento personalizado, serviços diferenciados, além de uma rede credenciada formada pelos tops da odontologia. “Dessa forma, estamos ampliando a distribuição desse produto também através do Canal Corretor”, acrescenta.

Novidades

Neste segundo semestre, a Lincx vai lançar os Planos PME, feitos sob medida para pequenas e médias empresas e que poderão ser até 50% mais acessíveis, dependendo do número de vidas, quando comparados aos planos individuais oferecidos pela empresa.

“Mesmo com o valor reduzido para pequenas e médias empresas, o padrão de qualidade dos serviços, a seleção da rede credenciada e o atendimento personalizado também serão as marcas do PME da Lincx, em comparação com outros produtos disponíveis no mercado. O conceito é o mesmo dos planos modulares, com diferentes níveis de reembolso”, explica Dr. Silvio.

Em paralelo, a Lincx pretende fortalecer, cada vez mais a parceria com algumas corretoras e consultores de benefícios que atuam no nicho das classes A e AB. “Estamos fazendo uma seleção rigorosa porque queremos que essas parcerias sejam sólidas e duradouras”, reforça Dr. Silvio.

Forma de atuação

A Lincx cuida muito bem dos seus segurados e comemora índices de satisfação dos clientes acima dos 95%. A gestão de sinistralidade é feita mensalmente, verificando o gráfico que aponta se determinada empresa está chegando ou não a um ponto crítico.

“Se percebemos que a curva exige estratégia mais cuidados, imediatamente fazemos um levantamento na empresa para saber qual o prin-



Dr. Silvio Côrrea da Fonseca - Lincx

cipal fator que está desencadeando a situação. Depois de detectada a causa, levamos profissionais para ministrar palestras sobre qualidade de vida, bem-estar ou sobre alguma doença com maior ocorrência, como diabetes, por exemplo”.

Além disso, a Lincx proporciona o serviço de laboratório in home, campanhas de vacinação para os funcionários e cirurgias eletivas equitativamente distribuídas no ano, evitando assim os picos de sinistralidade.

“Os colaboradores das empresas percebem que a Lincx atua para dar saúde a eles e não apenas para tratar doenças. Já tivemos casos em que um funcionário sai de uma empresa e, quando chega na outra companhia, uma de suas exigências de benefícios é que o plano continue sendo da Lincx”, conclui Dr. Silvio.

ALÉM DO INTENSO
CONTEÚDO TÉCNICO
E MOTIVACIONAL
O 13º CONEC
ESTÁ RECHEADO
DE ATRAÇÕES.



2 a 4 de outubro de 2008 - Anhembi - SP



No 13º CONEC você só tem a ganhar. Palestras com os mais renomados profissionais do mercado, além de shows, sorteios e muito mais.

Coquetel com
Show de Sambistas

**2 Mega Shows
com Jantar**

César Menotti e Fabiano
Fábio Jr. *

Sorteio de
13 Automóveis

Citroën C3 **

2 Almoços / 4 Coffee-Breaks
Pasta em Couro

Tudo incluso
no valor da inscrição!

**Corretor de Seguros, lembre-se
de levar a sua carteira da SUSEP.**

Os prêmios serão sorteados
apenas para Corretores de Seguros.

FAÇA SUA INSCRIÇÃO! *serão sorteados dois carros no jantar de encerramento antes do show do Fábio Jr. ** Citroën modelo C3 1.4 Flex completo

Para mais informações acesse:

www.conec2008.org.br

Ou entre em contato com a secretaria do evento:

(011) 3188 5016 / 5064 / 5046

 **RESPEITA O
MEIO-AMBIENTE**
A responsabilidade Sócio-Ambiental estará presente
no 13º CONEC através de inúmeras ações sustentáveis.

Patrocinadores Master


Bradesco
Seguros e Previdência


HDI
SEGUROS

 **TOKIO MARINE
SEGURADORA**
NOSSA TRANSPARÊNCIA. SUA CONFIANÇA.

Realização


SINCOR SP
www.sincorsp.org.br

I4Pro facilita adoção de certificação digital para seguradoras

Empresa desenvolve processo único e completo para a adoção da assinatura digital em apólices

A I4Pro (Insurance for Professionals), empresa especializada em TI para seguradoras, aperfeiçoou processos relacionados a assinatura digital para atender a Áurea Seguros. Depois de três meses conduzindo o projeto, a empresa apresentou novas práticas operacionais, oferecendo uma solução mais completa e integrada que aquelas anteriormente existentes no mercado.

Hoje, a assinatura digital tem o mesmo valor de uma assinatura em papel, sendo uma maneira segura e aceita juridicamente de validar documentos digitais, como por exemplo, apólices de seguros. Sem a necessidade de imprimi-los, torna-se possível enviar originais para parceiros de negócios via Internet.

Esses documentos assinados digitalmente têm processos de geração otimizados, que refletem em maior segurança e redução de prazos junto aos parceiros. Durante a emissão das apólices, o sistema valida as assinaturas digitais junto às ACs (Autoridades Certificadoras), registra a “Hora Legal Brasileira” acessando o Observatório Nacional via NTP (Network Time Protocol) e envia as apólices aos parceiros de negócios (tomadores, corretores).

Graças a estas funções nativas e ao pleno atendimento da Circular 277 da Susep, a seguradora mantém sua livre escolha na contratação opcional de terceiras partes isentas, seja para validar as assinaturas digitais, prover carimbos de tempo, ou enviar os documentos de modo eletrônico registrado.

100% eletrônico

A Áurea Seguros, especializada nos ramos de seguro garantia, precisava de agilidade em todo o processo de geração, aprovação e envio das apólices assinadas digitalmente para tomadores, corretores e clientes. Agora, o próprio sistema dá conta de todo o processo, emitindo em modo 100% eletrônico e com contingência em papel, se for o caso.

O suporte fica centrado no ERP e no ECM da I4Pro, softwares que permitem administrar os certificados digitais em uso pela seguradora e processar quantas assinaturas sejam necessárias para cada documento, mediante regras de negócios. Outra vantagem importante está no disparo configurável de e-mails automáticos para os tomadores, corretores e clientes com as apólices assinadas digitalmente e links para outros tipos de informação.

“Para se ter uma idéia da agilidade, a partir do momento que eu disparo um e-mail para o corretor, ele já recebe um documento assinado digitalmente que tem a mesma validade para a Susep que um impresso com a autenticação do cartório”, explica Rosângela Cohen, gerente de TI da Áurea Seguros.

“A I4Pro possui um compromisso de evolução tecnológica contínua. Seguiremos investindo em pesquisa e de-



Mauricio Ghetler - I4Pro

envolvimento, na criação e no aprimoramento de funcionalidades em nossos produtos, trazendo às seguradoras melhorias operacionais e gerenciais periodicamente”, garante o diretor de Marketing, Mauricio Ghetler.

A economia ao final de todo processo é enorme, já que além da redução nos gastos de papel, operação, impressão, autenticação do cartório e com arquivo, não há mais a necessidade de contratar portadores que antigamente precisavam retirar fisicamente o documento. Essa diminuição de custo não é apenas para as seguradoras, mas também para os corretores e clientes.

Mais interativo, mais dinâmico, mais conteúdo

Mapa do Site

UM PROGRAMA DE RELACIONAMENTO QUE DÁ PRÊMIOS PARA VOCÊ, CORRETOR DE SEGUROS.

Busca no Site

Destaque São Paulo, quarta-feira, 3 de setembro de 2008

Maluf faz aniversário e diz vai pensar em aposentadoria só...
Fonte: Folha de São Paulo

Investidores cautelosos com compra na Alemanha
As ações do Commerzbank apresentaram forte baixa ontem, após o anúncio de acordo...[\(Leia mais\)](#)

Unimed Seguros lucra 99,5% a mais, para R\$ 24,8 milhões no 1º semestre
A Unimed Seguros, marca que representa a Unimed Seguradora e sua controlada, a...[\(Leia mais\)](#)

Preços ainda não caíram
O dinheiro que o motorista gasta a mais com táxi depois de beber sua cervejinha de fim de tarde poderá voltar ao seu bolso na forma...[\(Leia mais\)](#)

Últimas Notícias

segunda-feira, 1 de setembro de 2008

- Regulação do microsseguro será entregue ao governo até dezembro...
- Seguros: mudança na cobrança de ISS não deve alterar preço das apólices...
- Um quarto dos corretores de SC já se recadastrou...
- Abertura do Mercado de Resseguros...
- ABGR e Escola Nacional de Seguros discutem consequências da Circular 363...
- Um produto chamado indenização...

sexta-feira, 29 de agosto de 2008

- Redução de fraudes é opção para baixar preço de seguros...
- Fenacor espera a adesão em massa de corretores...
- Cnseg já tem diretoria eleita...
- Inscrições para curso de certificação técnica para funcionários encerra-se na 2ª feira...

Todas notícias»

Publicidade

Busca:
- Notebook
- Pen Drive

Buscar

Hp Dvd704 Amd
22.1.6700444
16...
R\$1.630,00
Comprar

Submarino

Submarino

Câmera Sony 7.2 MP
por apenas
R\$ 499

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.



Funenseg promove seminário sobre arbitragem

Seguro e resseguro são áreas que podem ganhar em eficiência com a solução de conflitos sem a tutela estatal

Ao contrário dos Estados Unidos, onde a arbitragem é amplamente usada e tem apoio e organização do Estado, no Brasil a solução de conflitos entre empresas e consumidores está longe de perceber os benefícios da arbitragem.

O tema foi discutido no seminário “Encontro sobre arbitragem no seguro e resseguro”, promovido pela Funenseg, dia 14 de agosto, em São Paulo.

O advogado Sérgio Ruy Barroso de Mello, da Pellón & Associados Advocacia, defendeu que a arbitragem é a “justiça sob medida”.



Sergio Ruy Barroso de Mello – Pellón & Associados Advocacia

Para Sérgio, a chave do sucesso é escolher um profissional qualificado, cuja decisão deve ser irrecorrível.

Mas ele lembrou que a eficácia jurídica depende da assertividade do consumidor, ou seja, a arbitragem não pode ser imposta por nenhuma das partes.

Experiência nacional e internacional

Expondo como a arbitragem pode ser utilizada com sucesso por diferentes setores da economia, Hudson Lídio de Navarro contou a experiência desenvolvida em Belo Horizonte, onde a Caminas (Câmara Mineira de Mediação e Arbitragem) desenvolve trabalho de grande amplitude e reconhecimento.

O vice-presidente do Centro Internacional de Resolução de Disputas da Associação Americana de Arbitragem, Luiz Martinez, trouxe a visão de alguém que vive a arbitragem diariamente, para os mais diversos tipos de causas e contratos.

A Associação Americana de Arbitragem tem mais de 25 anos de atua-



Luiz Martinez – Associação Americana de Arbitragem

ção e suas decisões têm total aval da Justiça americana, num modelo em que as próprias companhias de seguros pagam os custos e os consumidores demonstram alta confiabilidade nas decisões, além de reconhecer a importância da arbitragem para acelerar os processos.

Os laudos são reconhecidos pelo Estado e casos com valores inferiores a US\$ 2 mil não necessitam de audiência, apenas provas documentais.

Para quem quiser saber mais sobre a arbitragem nos Estados Unidos, basta acessar o site www.icdr.org

Encontro sobre resseguros

No fim de julho, o IQPC (International Quality & Productivity Center) reuniu executivos e agentes do mercado segurador em torno do tema “Resseguros Brasil 2008”, no Staybridges Suites, em São Paulo.

O objetivo era, entre outros tópicos, expor as primeiras experiências e desafios enfrentados no mercado aberto de resseguros, além de mostrar o posicio-

namento de companhias que estão operando no mercado.

A rica programação incluiu o diretor executivo da J. Malucelli, Luis Alberto Pestana, que falou sobre o tema “Da identificação de novas oportunidades de negócios ao funcionamento de fato no mercado brasileiro”.

O diretor técnico Corporate da Tokio Marine Seguradora, Felipe Smith, foi

outro momento de destaque no evento com a apresentação “A importância do gerenciamento de risco das seguradoras em um mercado aberto de resseguros”.

Smith demonstrou como a aceitação e precificação do seguro dependem ao máximo do gerenciamento de risco e de informações consistentes e detalhadas nas avaliações que antecedem a parceria com uma resseguradora.

A METLIFE TEM UM PROGRAMA DE RELACIONAMENTO QUE VAI DAR MUITOS PRÊMIOS PARA VOCÊ. PARTICIPE.

PARA MAIS INFORMAÇÕES, ACESSSE WWW.INTEGRACAOMETLIFE.COM.BR



A MetLife está lançando um novo programa de relacionamento, exclusivo para corretores, que vai dar muitos prêmios para você. Para ganhar é simples: o valor da sua produção vale pontos que podem ser trocados por uma infinidade de prêmios, que vão desde geladeiras, fogões e home theaters até produtos mais simples, de uso diário, inclusive para seu escritório. Além de tudo isso, os 30 corretores que acumularem mais pontos no ano ganham uma viagem com direito a acompanhante. Se você já é um corretor cadastrado, acesse www.metlife.com.br e participe. Se você ainda não é, acesse www.integracaometlife.com.br e faça seu cadastro. Aproveite, com tantos prêmios assim não dá para você ficar de fora.

MetLife[®]

Edifício da Mapfre ganha iluminação especial

Além de valorizar arquitetura do prédio, parceria com a Philips permitirá redução de 75% no consumo de energia elétrica

A Mapfre inaugurou no dia 25 de agosto o novo sistema externo de luz da sua sede, em projeto que tem parceria com a Philips do Brasil.

A tecnologia utilizada é a mesma empregada em importantes monumentos no Brasil e no mundo. Entre eles, a ponte Octavio Frias de Oliveira, em São Paulo, a roda-gigante London Eye e o Palácio de Buckingham, em Londres.

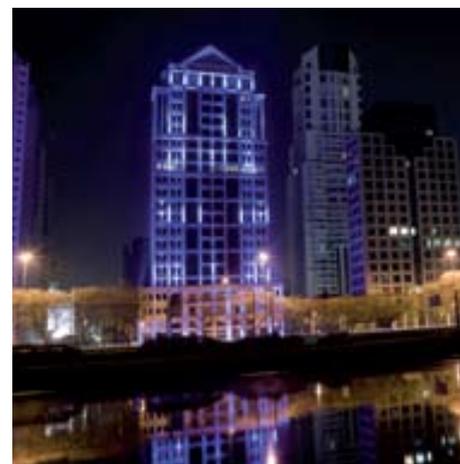
A redução no consumo de energia gerada com a troca do sistema será de 75%. Ao todo, foram utilizados 168 projetores para iluminar as quatro faces do prédio.

Além da economia, a nova iluminação contribui para embelezar e valorizar ainda mais a arquitetura do prédio, realçando seus contornos e detalhes. Um software permitirá também que o edifício seja iluminado com diferentes tonalidades.

No total, são mais de 16 milhões de combinações de cores, sendo possível “pintar” toda a fachada do prédio com a mesma cor, selecionar um tom para cada lado e/ou para cada luminária ou ainda programar a troca dinâmica de cores em intervalos de tempo.

“A nova tecnologia nos permitirá uma interatividade maior com os paulistanos, uma vez que tornará possível colorir o edifício de acordo com o espírito e ritmo da cidade, suas festas e conquistas. No dia da Independência, por exemplo, podemos igualar as cores do prédio às da Bandeira Nacional”, explica o presidente da empresa, Antonio Cássio dos Santos.

Ao mesmo tempo, na entrada do prédio, um Totem Multimídia com tela de 4m² e resolução semelhante ao LCD, exibirá informações sobre o tempo, hora, temperatura e trânsito.



Edifício Mapfre

“Estamos felizes e orgulhosos com o projeto, pois além de dar mais um cartão postal à cidade de São Paulo, reduziremos nosso consumo de energia, contribuindo, dessa forma, com o meio-ambiente e com a sociedade”, finaliza o presidente.

Compromisso com a sustentabilidade

No fim de julho, a Mapfre divulgou seu relatório anual e balanço social de 2007, que já se tornaram referência no setor de seguros.

Para a seguradora, a estratégia de sustentabilidade compreende investimentos na esfera interna e externa da empresa, de forma a gerar impactos positivos para todas as partes interessadas: funcionários, parceiros de negócio, segurados, comunidades do entorno, governo e sociedade em geral.

Na esfera interna, o melhor exemplo é o selo Eco Mapfre, criado em 2007 com a finalidade de levantar e

implementar melhorias internas nos processos do Grupo Mapfre.

O primeiro processo certificado com o selo substitui a impressão por emissão eletrônica de apólices para renovações de seguros de automóveis. Os recursos economizados são destinados a ações ambientais de educação e formação de funcionários.

Já na esfera externa, a empresa e a Fundação Mapfre direcionam esforços para fortalecimento da cidadania e desenvolvimento econômico sustentável.

Em 2007, destaca-se a criação do

Programa Na Pista Certa, inspirado em experiência bem sucedida da Mapre Espanha, com resultados consideráveis na redução de acidentes de trânsito.

O Programa ensina a crianças o respeito à sinalização e às normas de trânsito, além de relacionar a segurança viária a temas como meio ambiente e inclusão social.

A Fundação Mapfre também está investindo na ampliação do Programa Cine Maior Idade, que já contribuiu para realização de um fórum nacional de gerontologia.



ESCOLA NACIONAL de SEGUROS
FUNENSEG

Garanta a sua vaga nos cursos da Escola Nacional de Seguros!

Certificação Técnica Seguradoras

Atendimento ao Público - Segmento Seguros
São Paulo

Atendimento ao Público - Segmento Vida e Previdência
São Paulo

Certificação Técnica Corretoras

Atendimento ao Público - Segmento Seguros
Santos

Técnicos

Comercialização dos Seguros de Transportes Nacionais
Terrestres, RCTR-C e RCF-DC
Campinas

Procedimentos Operacionais para Corretora de Seguros
São Paulo

Subscrição de Riscos - Produto Automóvel
São Paulo

Vistoria Prévia de Automóveis
São Paulo

Pós-Graduação

MBA Executivo em Seguros e Resseguro
Rio de Janeiro

APTS retribui homenagem da Seguro Total

Em ação que consolida a parceria da revista com a entidade, almoço reuniu personalidades do mercado

No Prêmio Mercado de Seguros 2008 – Troféu Gaivota de Ouro, a APTS (Associação Paulista dos Técnicos de Seguro) foi escolhida para receber a condecoração na categoria “Homenagem Especial”.



Para consolidar a parceria da revista com a entidade, a APTS retribuiu a homenagem da Seguro Total com um almoço especial, dia 23 de julho, na sua sede.

Serviços valiosos

Antes do almoço, Luís López Vázquez fez seu pronunciamento, ressaltando que a “Seguro Total vem prestando serviços valiosos ao mercado de seguros, firmando-

se como uma das mais importantes revistas do segmento”.

Em seguida, Vázquez entregou aos diretores da Seguro Total uma placa com a seguinte frase: “Enaltecidos com o agradecimento do Prêmio Mercado de Seguros – Troféu Gaivota de Ouro, aqui manifestamos nossa gratidão e reconhecimento”.

O diretor de Marketing da revista, André Pena, agradeceu as palavras de Vázquez e lembrou a atuação relevante da APTS com sua rica programação de palestras e encontros.

O editor José Francisco Filho também agradeceu a iniciativa da APTS. Ele reforçou que a entidade tem o respeito do mercado e elogiou a própria revista da APTS, “que tem sido também uma escola para nossa publicação”.

Entre as personalidades presentes ao evento estavam Paulo Meinberg, Roberto da Rocha Azevedo, Petr Purm, Osmar Bertacini, Luis Gustavo Miranda de Sousa, Sergio Monaco, Rafael Ribeiro do Valle, entre outros.

APTS em ação

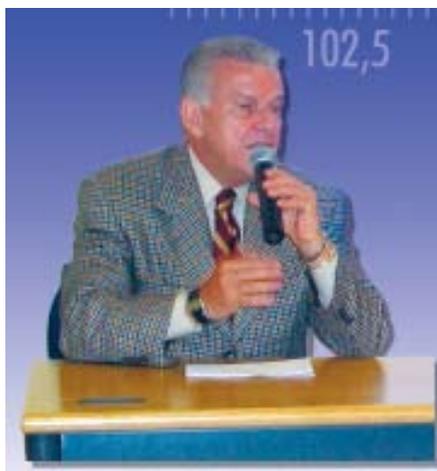
A APTS completou recentemente 25 anos de fundação e hoje sua atuação é sempre lembrada pela intensa programação de eventos que a entidade oferece aos seus associados e interessados em geral.

Em 2007, foram 15 “Palestras do Meio-Dia” que cobriram temas de ponta, como a relação entre nanotecnologia e seguros, além de marketing, computação móvel, certificação digital, etc.

Os “Debates do Meio-Dia” também forneceram um grande leque de assuntos com abordagens inovadoras, como o papel das assessorias e atuação dos prestadores de serviço em seguros.

Durante 2008, palestras, debates e seminários continuam provendo informação e reciclagem para profissionais do setor.

O compromisso do presidente Luís López Vázquez é de manter a APTS em plena atividade, a fim de colaborar sempre com o crescimento do mercado nacional de seguros.



A Grande Jornada pelo Mundo dos Seguros

Toda segunda-feira, das 7 às 8 horas.

Apresentação: Pedro Barbato Filho

Rádio Imprensa FM 102,5

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;**
- **EMISSÃO 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 - Site: www.sistemas-seguros.com.br

Linces apresenta palestra na APTS

Empresa mostra os ganhos operacionais e ambientais da vistoria com PDA

Em apresentação realizada na APTS, no dia 20 de agosto, o diretor geral da Linces, Mário Cássio Maurício, explicou as vantagens do PDA (Personal Digital Assistant, ou Assistente Pessoal Digital) para a realização de vistorias prévias.

A Linces também implantou outros sistemas operacionais, como o laudo eletrônico e a plataforma web para solicitação, encaminhamento, acompanhamento e transmissão da vistoria, para complementar e dar suporte ao dispositivo.

Isso gerou a elevação da agilidade e da qualidade do processo como um todo, uma vez que permitiu mais consistência dos dados, eliminou falhas de

inserção e validação das informações e personalizou os procedimentos de acordo com o cliente.

O diretor de Operações da Linces, Luis Neca, comenta que “o PDA também trouxe melhoria em performance por permitir a inserção do laudo na nossa base de dados no momento em que é transmitido pelo vistoriador”, explica. “Hoje temos laudos que são transmitidos em até três horas após a realização da vistoria”, garante.

Além de ganhos operacionais, o PDA, que responde por cerca de 60% da operação total da empresa, ainda gerou benefícios no aspecto ambiental. Com o laudo eletrônico, por exemplo, a Lin-



Mário Cássio Maurício - Linces

ces conseguiu economizar mais de 222 mil folhas de papel em um mês – equivalente a 1,1 tonelada de papel.

ABGR comemora 25 anos

No dia 22 de agosto, a ABRG (Associação Brasileira de Gerência de Risco) comemorou 25 anos de existência.

O diretor-presidente da entidade, Andrés Holownia, aproveitou a oportunidade para fazer algumas considerações acerca da história da entidade e de suas atividades, como segue:

“Correr riscos é essencial para o desenvolvimento das pessoas, tanto físicas, como jurídicas, porque sem risco não há recompensa, nem crescimento.

A gerência de riscos requer pessoal altamente qualificado e treinado, necessidade já percebida há 25 anos, por um grupo de pioneiros dispostos a compartilhar suas experiências, e seu escasso tempo livre, no desenvolvimento e aprimoramento da atividade

no Brasil, dando origem a uma ‘criança’ chamada ABGR – e que hoje é um adulto no seu 25º aniversário.

A ABGR é reconhecida e respeitada não apenas no Brasil, mas no mundo inteiro. Nossa participação ativa nas associações internacionais de classe, através de seminários e intercâmbio de informações, nos permite estar alinhados com os últimos avanços e tendências mundiais.

Nosso congresso internacional é também amplamente reconhecido e prestigiado no mercado local e global, resultado da qualidade e atualidade dos temas apresentados, e da experiência e conhecimento dos palestrantes convidados.

Aos nossos associados proporcionamos constante atualização, através

de seminários e workshops em todo o país. Isso inclui informações de mercado e artigos técnicos, até certificação internacional em gerência de riscos, utilizando todos os recursos disponíveis que vão desde aulas presenciais, exposição de artigos em nosso site, além de salas exclusivas na internet.

A principal razão da vida não é o destino, mas a viagem e o caminho. Várias diretorias da ABGR já percorreram esse caminho de dificuldades, mas com muita dedicação e empenho.

Esperamos que as novas gerações – de associados, conselheiros, diretores e parceiros – possam aprimorar o caminho e conquistar novas vitórias para que, daqui a alguns anos, estejam como estamos hoje: orgulhosos do passado e confiantes no futuro”.

Brasilveículos vai cadastrar corretores para vendas

Novidade será implantada a partir de projeto piloto nas cidades de São Paulo, Brasília, Curitiba e Goiânia

Em breve, qualquer cidadão poderá contratar um seguro da Brasilveículos, através dos serviços prestados por um corretor de seguros. A novidade foi anunciada no dia 18 de agosto, pelo diretor de Seguridade do banco, Alexandre Correa Abreu.

Segundo o presidente da Fenacor, Roberto Barbosa, essa parceria vem sendo esperada há mais de 20 anos. Ele revelou que a Fenacor vai ajudar nesse momento de transição “com todas as informações que forem necessárias”.

Atualmente, 100% dos segurados do banco têm conta-corrente na instituição (o BB conta com 25 milhões de correntistas). Segundo ele, haverá um plano piloto em quatro cidades: São Paulo, Brasília, Curitiba e Goiânia.

“Os corretores - pessoas físicas, de qualquer porte, e jurídicas - serão cadastrados pela Internet, através de sistema que iremos desenvolver com a ajuda da Fenacor (Federação Nacional dos Corretores de Seguros). Os

critérios para a seleção dos corretores ainda serão definidos. Mas não haverá presença física do corretor nas agências do Banco do Brasil”, explicou, acrescentando que não haverá licitação, pois os corretores cadastrados irão atuar diretamente com a BB Corretora”, explica Alexandre Abreu.

Ele acredita que o plano piloto poderá ser posto em prática a partir de outubro. Não há ainda prazos para o início da segunda etapa do projeto, em outras regiões do país.

O executivo disse que o corretor de seguros vai agregar “inteligência e qualidade” às vendas realizadas pelo banco. Neste primeiro momento, serão comercializados apenas seguros de automóveis da Brasilveículos.

“As operações nas agências continuam, mas tendem a diminuir progressivamente. Temos uma enorme expectativa quanto ao resultado dessa parceria com os corretores”, frisou.

Ele observou ainda que o Banco do Brasil “quer ser um grande player” da



Roberto Barbosa - Fenacor

área de seguros. Na área de automóveis, o faturamento apurado este ano deve passar de R\$ 1 bilhão, com crescimento em torno de 9% em relação a 2007.

Das cinco empresas de seguros ligadas ao Banco (Brasilprev, Brasilveículos, Brasilcap, Brasilsaúde e Aliança do Brasil) somente a ligada à saúde já vendia produtos por meio de corretores de seguros, desde o ano passado.

A melhor agência de comunicação para o seu negócio.

www.studiodpi.com.br



A importância e os impactos da convergência contábil

Por Tânia Leal*

A expansão dos mercados e a globalização da economia fizeram com que as empresas elaborassem demonstrativos contábeis baseados em normas e critérios uniformes e homogêneos. Assim, os proprietários, gestores, investidores e analistas financeiros em qualquer lugar do mundo podem utilizar informações transparentes, confiáveis e comparáveis nos seus processos de tomadas de decisões.

Com essa demanda, o IASB (International Accounting Standards Board) emitiu um conjunto de normas contábeis denominado IFRS (International Financial Reporting Standards) que, traduzido, significa: Padrões Internacionais de Demonstrações Financeiras.

A convergência do nosso modelo contábil atual para o IFRS traz impactos significativos para as áreas de tecnologia, financeira, organizacional e funcional, envolvendo todos os setores do banco. Podemos dizer que, além da mudança contábil, estamos falando de uma mudança cultural.

É impossível pensar em tamanha mudança sem olhar com cuidado os maiores desafios que teremos até 31/12/2010, data limite publicada no Comunicado nº. 14.259, de 10 de março de 2006 do Banco Central do Brasil, e em 2000 pela CVM (Comissão de Valores Imobiliários), que obriga a convergência das normas aplicáveis às instituições financeiras nacionais até 2010.

As conseqüências mais profundas que podemos identificar como

decorrência dos esforços para adaptação ao novo modelo contábil são: reportes financeiros; orçamento e gestão; tributos; empréstimos; questões contratuais e legais; gestão de riscos; sistemas de Tecnologia da Informação; cálculos de passivos; estratégias de *hedging*; indicadores de performance; treinamento; remuneração de executivos.

Mas nem tudo é dor quando falamos de convergência. Os ganhos são imensuráveis. Para exemplificar, podemos ressaltar os principais benefícios com adoção do novo modelo:

- Avaliação da atuação das instituições em diferentes mercados, além da redução dos custos de capital.

- Maior grau de comparação e mais transparência, clareza e compreensão das informações financeiras das empresas, com menor risco de um investidor.

- Disciplina de mercado: Basiléia II.

- Acesso das empresas nacionais a mercados externos, além de fortalecer o mercado de capitais brasileiro.

- Importante diferencial competitivo para os bancos que saírem na frente.

Estima-se que pela complexidade dessa conversão, os trabalhos podem durar cerca de 18 meses, face à determinação de que as empresas publiquem a conciliação e suas demonstrações financeiras com as regras internacionais a partir de 2010.

Para agilizar e facilitar o processo de convergência das práticas contábeis mundiais, o IASB emitiu a IFRS 1 (First-time Adoption of International

Financial Reporting Standards), que orienta a implantação das novas normas pela primeira vez.

A IFRS 1 especifica os procedimentos a serem seguidos por entidades que efetuam a transição para todo o conjunto da IFRS, ou que o estão aplicando pela primeira vez, com o objetivo de certificar que a primeira demonstração financeira contenha dados de alta qualidade, além de fornecer um bom início para a contabilidade sob os parâmetros dos IFRS.

Para minimizar riscos nesse período de mudanças visando a data limite exigida é bom que as instituições procurem apoio em profissionais com o conhecimento requerido para a execução da tarefa; contratar empresas que possam agregar experiência com a vivência dessa mudança no mercado europeu (ocorrida entre 2003 e 2005); adquirir e implementar ferramentas que efetivamente auxiliem o processo, com menor risco possível.

O prazo é apertado, por isso o início dos trabalhos nas instituições deve ser imediato.

* Tânia Leal é diretora de Financial Services & Insurance da BBKO Consulting.



Scoring Auto-Sinistro

Decisões seguras dependem de informação confiável.



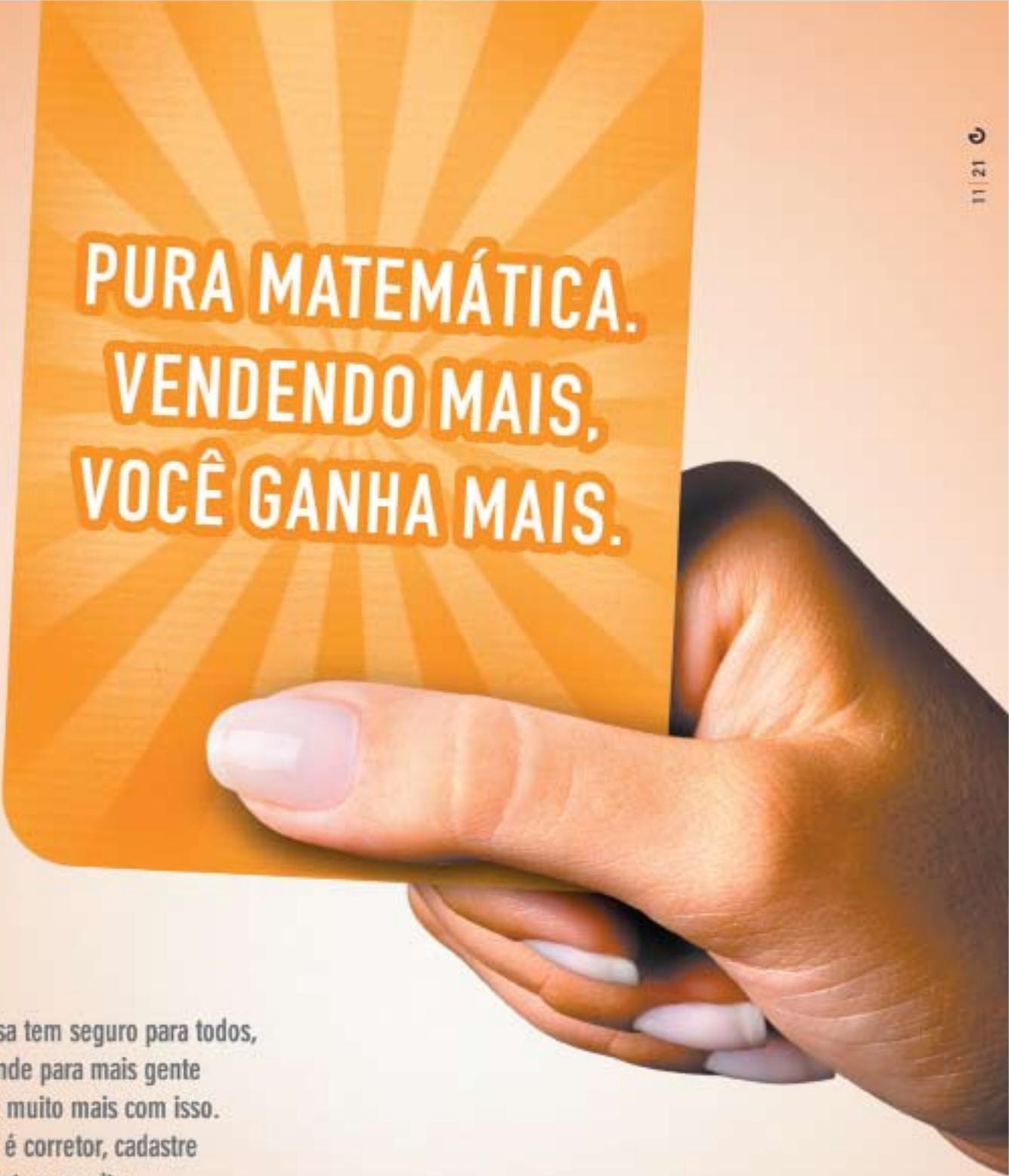
O Scoring Auto-Sinistro é um produto com a qualidade Serasa que avalia o grau de risco de cada proposta, permitindo que você tome decisões instantâneas para investir nas propostas mais rentáveis.

Siga adiante com essa grande ferramenta: contate a Serasa e descubra como o Scoring Auto-Sinistro pode agilizar e rentabilizar sua tomada de decisão.

SERASA

1133 Serasa (113373 7272) serasa.com.br

An Experian Company



**PURA MATEMÁTICA.
VENDENDO MAIS,
VOCÊ GANHA MAIS.**

Capemisa tem seguro para todos,
você vende para mais gente
e ganha muito mais com isso.
Se você é corretor, cadastre
sua corretora no site
www.capemisa.com.br e tenha
Capemisa na sua carteira.

CAPEMISA. PORQUE O FUTURO É PARA TODOS.