

REVISTA

# SEGURO TOTAL

Ano IX  
Nº 87 - 2008  
R\$ 12,00

PubliSe  
Editora Lte



**Raio X  
do resseguro  
no Brasil:**  
especialistas falam  
das incertezas atuais  
e de perspectivas  
para o futuro

Márcio Corrêa e Marcello Gama,  
executivos da Miller do Brasil

EVENTO  
IV FÓRUM NACIONAL  
DE VIDA E PREVIDÊNCIA  
PRIVADA



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

**José Francisco Filho**

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

PABX.: (11) 3884-5966

**Organização e patrocínio**  
Revista Seguro Total

# É hora de enxergar oportunidades

O Brasil já é um país de classe média, conforme noticiou a revista britânica The Economist, em reportagem do dia 12 de setembro.

A matéria afirma que a escalada social é vista, sobretudo, nos centros urbanos, destacando a migração de empregos formais para a economia formal – 40% a mais de novas vagas, nos últimos 12 meses, em comparação com mesmo período do ano passado.

A revista confirma o que a Fenaprevi divulgou no IV Fórum Nacional de Vida e Previdência Privada: nosso país começa a ter perfil de economia desenvolvida no que se refere ao consumo de seguros.

De acordo com a entidade, a expansão dos produtos destinados a coberturas de pessoas terá, em breve, mais peso no volume de prêmios que os produtos destinados a coberturas de propriedades, como acontece nas economias onde a indústria de seguros representa cerca de 10% do PIB.

Isso significa que, mais do que nunca, é hora de trabalhar com foco e enxergar oportunidades – tudo para alavancar resultados em cenário econômico favorável que inclui o novo cidadão da classe média, com poder de consumo renovado, vivendo diante de novos riscos e que vai demandar, cada vez mais, o consumo de seguros.

## Sumário

ACONTECE .....	4 a 20
EVENTO .....	22 a 26
VITRINE .....	28 e 29
DEBATE .....	40
RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL .....	42
ENTIDADES .....	44 e 46
MERCADO .....	48 a 55
ARTIGO .....	58



**CAPA**  
**Raio X do resseguro no Brasil:**  
 especialistas falam das incertezas atuais e de perspectivas para o futuro  
 Págs. 32 a 38

## EXPEDIENTE

**Edição Nº 87 - Ano IX**

**Editor**

José Francisco Filho - MTb 33.063

**Jornalista Responsável**

Pedro Duarte - MTb 25.286

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

**Diretor de Marketing**

André Pena

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

**Diretor Comercial**

José Francisco Filho

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

**Publicidade**

Graciane Pereira

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

**Designer Gráfico**

Cleber Fabiano Francisco

**Webdesigner**

Mirian Lene

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

**Periodicidade:** mensal

**Edição Final**

Publseg Editora Ltda.

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

**Redação, administração e publicidade**

Rua José Maria Lisboa, 593 - conj. 5

CEP 01423-000 - São Paulo - SP

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

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

**DISTRIBUIÇÃO NACIONAL**

Sudeste ..... 60%

Sul ..... 20%

Norte/Nordeste ..... 15%

Centro-Oeste ..... 5%

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

# Aprimorando habilidades de negociação

“Uma das habilidades de maior utilidade para a vida pessoal, familiar e para o trabalho é a capacidade de obter bons resultados de nossas negociações”, afirma o consultor Pablo Laurino, do CMI International Group.

Mas Laurino alerta que, antes de tudo, o ponto-chave é determinarmos, de forma precisa, o que é um bom resultado numa negociação.

“Lamentavelmente, as pessoas participam de negociações importantes sem saber com exatidão qual é a sua medida de sucesso e ficam, portanto, sem poder armar uma estratégia e sem ter uma idéia clara de quando se deu bem – ou não”, acrescenta.

## Medidas inadequadas

Para Laurino, a vasta experiência no CMI International Group permite afirmar que, com frequência, as negociações são feitas com medidas de sucesso inadequadas.

Para identificá-las basta perceber, ao fim de uma negociação supostamente vitoriosa, convicções como: “o outro fez mais concessões do que eu”, “eu fiz

com que ele fosse além dos limites”, “o outro ficou amargurado”, “consegui até o último tostão do que pretendia”, “cheguei a um acordo”, etc.

“Quando participar de negociações que se repetem no tempo, que envolvem múltiplas partes e assuntos, e não apenas dinheiro, que colocam em jogo elementos tangíveis, como produtos ou preços, e também intangíveis como confiança, ética, etc, nossa recomendação é não usar esas medidas”, reforça Laurino.

O consultor sustenta que tais convicções não conduzem a negociações bem sucedidas, sobretudo “no mundo das inter-relações cada vez mais complexas e notoriamente mais conflituosas”.

## Benefício mútuo

A medida de sucesso nas negociações deve ser verificada, portanto, tendo em vista que:

- Não deixa desperdício, é a melhor de múltiplas opções decorrentes de um espaço criativo de possibilidades de benefício mútuo.



- É legítimo para todos: a persuasão resulta de critérios objetivos, alheios à vontade das partes; ninguém se aproveita de ninguém.

- Inclui compromissos que são bem planejados e realistas, operativos e funcionais;

- O processo é eficiente e existe uma boa comunicação, de mão dupla;

- Ajuda a estabelecer ou fortalecer o tipo de relação que desejamos, principalmente por ressaltar a confiança e a credibilidade.

## CMI International Group

O CMI International Group surgiu em 1997 do projeto desenvolvido em Harvard que levantou, desde o fim da década de 70, as razões que asseguravam o sucesso nas negociações de longo prazo – sejam elas do mundo social, acadêmico, comercial, sindical, etc.

Com sede em Cambridge, no estado de Massachusetts (EUA), o Grupo expandiu suas atividades e fronteiras, atuando em diferentes países com

seus treinamentos às mais 4 diferentes empresas, instituições e categorias profissionais.

Hoje é uma das mais conceituadas instituições em consultoria internacional para negociação, solução de conflitos e manejo de relações significativas.

Quem estiver interessado em desenvolver habilidades de negociação para a tomada de decisões e resolução

de problemas, visando o aprimoramento de tais técnicas no decorrer do tempo, pode participar do workshop “Teoria e Ferramentas do Projeto de Negociação de Harvard”, no Hotel Tulip Park Plaza, em São Paulo, dias 28 e 29 de outubro.

**Sobre a atuação do CMI International Group:**  
[www.emiigroup.com](http://www.emiigroup.com)

**Se este parabéns fosse do tamanho da importância que você tem para nós, não caberia nesta página de jeito nenhum.**

12 de outubro é o Dia do Corretor, um profissional que dedica sua vida a levar tranquilidade para as pessoas. Por isso, o Itaú faz questão de dar a assistência que você precisa e a homenagem que você merece. Corretor, parabéns pelo seu dia.



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

*parabéns*



# Pesquisa aponta o futuro das seguradoras

A Accenture, empresa global especializada em consultoria de gestão, publicou no início de setembro os resultados de grande pesquisa sobre o mercado de seguros.

O objetivo do estudo é indicar às seguradoras que ações podem ser implementadas para melhorar performances de pessoas, equipes e das próprias empresas.

O executivo da Accenture responsável pela divulgação, Rafael Araújo, considera que é possível aplicar as conclusões do estudo ao mercado brasileiro, apesar de ter sido realizado nos Estados Unidos, por meio de questões de múltipla escolha com profissionais do setor, além de informações e dados colhidos em campo.

“O método de levantamento com perguntas fechadas, bem como o foco em processos de sinistros, que são bem conhecidos no mercado nacional, permitem esse paralelismo”, afirma Rafael.

Ele explica que os sinistros foram escolhidos como gancho da pesquisa “porque se trata do momento crítico na relação entre segurados e seguradoras”, ou seja, “quando a experiência positiva ou negativa é decisiva para a percepção do cliente”.

Um dos índices mais interessantes obtidos pela pesquisa, por exemplo, revela que 75% dos consumidores preferem falar com uma única pessoa, por ocasião do sinistro, do que contar a mesma história inúmeras vezes, para diferentes pessoas, às vezes no mesmo dia.

Para completar, as pessoas que

falam com três pessoas ou mais ficam cinco vezes mais insatisfeitas do que aquelas que narram o sinistro para uma ou duas, no máximo.

## Longo caminho

De acordo com a pesquisa, as seguradoras ainda têm um longo caminho para se adaptar ao momento atual e futuro, em virtude de clientes que estão a cada dia mais bem informados e exigentes.

Para avançar nos negócios, há dois grandes obstáculos, quando se olha em detalhes os processos de sinistros das seguradoras: ineficiência e escassez de recursos.

“Ao contrário do setor bancário, a indústria de seguros investiu pouco em tecnologia. Ainda há excesso de trabalho manual, grande volume de processos para análise, sem ferramentas adequadas, e falta de integração entre sistemas”, aponta Araújo.

Quanto à escassez de recursos, o Brasil pode viver o problema de forma ainda mais severa do que os Estados Unidos, tendo em vista que nosso mercado promete crescer de forma muito acelerada nos próximos anos.

“A abertura do mercado de resseguros, a regulamentação dos microsseguros e a situação econômica favorável indicam que o mercado nacional vai dobrar até 2010. Nesse percurso, haverá visível expansão de algumas carteiras e lançamento de novos produtos”, observa Araújo.

Na sua análise, as seguradoras



devem ser ágeis, preparando-se de forma sustentável para a demanda em curva ascendente, o que significa muito mais investimento em tecnologia e em pessoas.

“É preciso aumentar a produtividade de quem já trabalha no setor, aumentando sua eficiência e capacitação, e também investir no recrutamento de novos funcionários, buscando melhorar a retenção”, considera o executivo.

“Estamos diante de uma nova geração de profissionais, que chega ao mercado de trabalho com elevada capacidade no manuseio de ferramentas de informática e conectividade. São pessoas que querem dar opinião, não apenas executar tarefas”, complementa.

Nesse sentido, o mercado segurador, se quiser ir tão longe quanto a demanda, deve estimular um novo perfil de trabalhador: menos focado em processos e mais voltado à tomada de decisões, capaz de atender os clientes de forma rápida, desburocratizada e transparente.

Um profissional tão importante como você  
merece ter seu próprio dia.

12 DE OUTUBRO.  
FELIZ DIA DO CORRETOR DE SEGUROS.

O reconhecimento da Allianz a todos os corretores que se dedicam o ano todo  
para proporcionar segurança, bem-estar e tranquilidade a pessoas e empresas.

Allianz. Soluções em seguros de A a Z.

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

**Allianz** 

# MetLife: programa atrai mais de mil corretoras

Mais de mil corretoras de todo o Brasil aderiram ao Integração MetLife, um programa para ampliar e fortalecer o relacionamento com as corretoras e incentivar o desenvolvimento de negócios de forma mais intensa.

O Programa Integração, que começou em abril deste ano e não tem prazo definido para término, estimula as corretoras a converter suas vendas em pontos e a trocá-los por prêmios, que vão desde CDs até computadores e televisores LCD e plasma.

Com foco em produtos da carteira de Vida, o Programa estabelece que, ao final de cada mês, a produção (valor da primeira parcela paga) de cada participante é convertida em pontos.

A cada R\$ 100,00 em produção, o participante recebe pontos de acordo com o tipo de produto, como segue: Vida em Grupo (5 pontos), PME (15 pontos) e Individual (25 pontos).

## Viagem para resort

Em cinco meses de operação, as

corretoras que aderiram ao Programa já acumularam 165 mil pontos, que podem ser trocados a qualquer momento. Um notebook, por exemplo, equivale aproximadamente a 5 mil pontos.

Ao todo são mais de 23 mil itens para resgate pelas corretoras no site [www.integracaometlife.com.br](http://www.integracaometlife.com.br), que permite também o acompanhamento do histórico das vendas e o saldo de pontos.

E mais: as 30 corretoras com maior pontuação até 31/12/2008 ganharão uma viagem com direito a acompanhante para um resort no Brasil.

## Pontos em dobro

A partir de outubro, todas as vendas de seguros de Vida PME e Individual efetuadas até 31/01/09 terão 100% de bônus, ou seja, os corretores que fizerem negócios com esses produtos até o fim de janeiro ganharão pontos em dobro.

“O objetivo é estimular cada vez



mais essa parceria dinâmica entre a MetLife e as corretoras. As metas de vendas alcançadas estão sendo reconhecidas e recompensadas a todo o instante. A idéia desse programa da MetLife é agregar valor ao negócio da corretora e fortalecer o relacionamento a curto e médio prazo”, diz Luiz Barsotti, diretor comercial da MetLife.

## Gigante em Vida e Previdência

A Metropolitan Life Seguros e Previdência Privada S.A. (MetLife) é subsidiária da MetLife, Inc. No Brasil, oferece seguros de vida individual e em grupo e planos de previdência como fundos multipatrocinados e entidades abertas (PGBL e VGBL) por meio de corretoras, bancos e outros canais.

A companhia atende seus canais de vendas por meio de 21 escritórios e possui 9.000 corretores registrados, 15.000 clientes corporativos, cerca de 4,5 milhões de clientes e

R\$ 125 bilhões de capital seguro. Para mais informações sobre a MetLife, visite o website da empresa em [www.metlife.com.br](http://www.metlife.com.br).

A MetLife, Inc., por meio de suas subsidiárias, atende mais de 70 milhões de clientes nas Américas, Ásia, Oceania e Europa. Dentre as subsidiárias da empresa fora do Brasil, inclui-se como a seguradora de vida número um dos Estados Unidos (com base nas apólices em vigor). Com mais de 140 anos de experiência, a empresa mantém

relacionamento com mais de 90 das 100 principais empresas descritas na lista da revista FORTUNE 500®.

As empresas MetLife oferecem seguro de vida, remuneração de capital, seguro de automóvel e residência, banco de varejo e outros serviços financeiros para pessoas físicas, como também seguro de vida em grupo, resseguro, aposentadoria e produtos de poupança e serviços para corporações e outras instituições.



# UM PLANO COM GRANDE EXPERIÊNCIA JUNTO A PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS.

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

**OMINT**



Saúde em todos os planos.

# Tokio Marine apresenta novidades no Conec 2008

Entre os dias 2 e 4 de outubro, a Tokio Marine Seguradora participa da 13ª edição do Congresso de Corretores de Seguros, que acontece no Anhembi, em São Paulo.

A grade de palestras vai contar com a participação do diretor técnico Corporate, Felipe Smith. No dia 04/10, no Auditório Cataratas do Iguaçu, das 9h00 às 10h30, ele terá como tema o RC Profissional Corretor, primeiro e único seguro criado exclusivamente para profissionais sindicalizados.

“A novidade garante o reembolso relativo a reparações por perdas financeiras e/ou prejuízos a terceiros decorrentes de ações ou omissões, custos adicionais ou honorários de advogados, danos morais, furto ou roubo de documentos. Nosso objetivo com o produto é fortalecer o relacionamento com os profissionais para atender as necessidades deles em relação à proteção securitária por responsabilidade civil”, explica Smith.

O diretor de Massificados, Marcelo Goldman, também participará do evento. Ele será um dos integrantes da mesa sobre “Seguros de Automóveis”, que ocorre no Auditório Serra do Mar, dia 04/10, das 14h00 às 15h30.

O encontro vai abordar as tendências do mercado de seguros no setor. “Temos uma grande expectativa de crescimento em virtude do aquecimento da indústria automobilística. Durante a conversa, temas importantes serão abordados, a exemplo do seguro popular de automóvel”, afirma Goldman.

## Homenagem à São Paulo

A Tokio Marine Seguradora vai marcar presença no Conec 2008 com um estande sofisticado. Idealizado em homenagem à cidade de São Paulo, o espaço reproduz ícones locais, como calçadas, botecos e arranha-céus.

O local foi planejado para que os executivos da seguradora recebam os clientes e estejam disponíveis para tirar dúvidas sobre serviços e produtos.

“A Tokio Marine Seguradora não poderia deixar de prestigiar este evento tão importante para os profissionais da área. Queremos fortalecer cada vez mais o relacionamento com os corretores de seguros” afirma Sérgio Camilo, vice-presidente da companhia.

Entre as novidades, destaca-se o Residencial Premiado - um seguro que vai além da proteção da casa,



Marcelo Goldman - Tokio Marine

pois tem baixo custo, garante proteção ao patrimônio e o cliente ainda concorre todo mês, durante um ano, pela Loteria Federal, a R\$ 100 mil em dinheiro.

O produto oferece assistência 24 horas, coberturas flexíveis e recentemente acoplou a cobertura de danos causados a equipamentos de energia solar. Essa oferta incentiva a sustentabilidade, já que o aquecedor solar não polui o meio-ambiente, é econômico e aproveita o benefício do sol que temos o ano todo no Brasil. “Com essa nova oferta, não só clientes ganham. O planeta também é beneficiado”, conclui Camilo.

## Arrecadação de brinquedos

Em comemoração ao Dia das Crianças, a Tokio Marine Seguradora está realizando campanha de arrecadação de brinquedos.

Até 10 de outubro, na matriz da companhia em São Paulo e em todas as suas sucursais pelo Brasil, caixas

de coleta ficam à disposição das pessoas interessadas em contribuir com a ação.

Os itens doados em São Paulo serão destinados a crianças das comunidades carentes assistidas pelo programa de assistência social Tokio Marine's

Angels. Os objetos entregues nas sucursais serão destinados a entidades locais.

O projeto existe desde 2005 e tem como objetivo conscientizar os colaboradores da companhia sobre a importância do serviço voluntário.

# 12 de outubro

dia do corretor de seguros



## Salão do Automóvel

Neste ano, a Tracker não quer apenas parabenizá-lo por esta importante data e agradecer toda dedicação que você, corretor de seguros, teve conosco. Muito mais do que agradecer, nós queremos compartilhar uma grande alegria.

A Tracker do Brasil, representante exclusiva da tecnologia LoJack, participará pela primeira vez do Salão do Automóvel, a mais importante feira de automobilismo da América Latina.

E você, nosso grande parceiro, não pode ficar de fora. Venha nos visitar no Salão do Automóvel 2008 e se divertir com as nossas atrações, além de aproveitar toda a estrutura montada em nosso estande.



LÍDER MUNDIAL EM RECUPERAÇÃO DE VEÍCULOS

# Unimed Seguros: bom ambiente de trabalho

A Unimed Seguros – marca que representa a Unimed Seguradora e sua controlada, a Unimed Seguros Saúde – foi eleita, pela terceira vez, no Guia Você S/A | Exame – como uma das 150 Melhores Empresas para Trabalhar.

Em sua 12ª edição, a pesquisa, que seleciona anualmente as 150 empresas com o melhor desempenho na gestão de pessoas, recebeu 550 inscrições nesta edição.

Durante a premiação, realizada na noite de 8 de setembro, no Teatro Alfa, em São Paulo, o presidente da Unimed Seguros, Dalmo Claro de Oliveira, comemorou a conquista.

“Estar entre as 150 Melhores Empresas para Trabalhar, a maior pesquisa de clima organizacional realizada no Brasil, é uma honra para nós, e sustenta nosso objetivo de trabalhar, diariamente, no aperfeiçoamento de programas que melhorem a qualidade de vida e o ambiente de trabalho de nossos colabora-

dores”, afirmou Dalmo.

Para o diretor Rafael Moliterno, a inclusão da Unimed na pesquisa comprova a importância de investir no capital humano.

“A Unimed apóia o planejamento da área de Recursos Humanos, investindo em contínuo treinamento e no desenvolvimento de lideranças. Isso demonstra que benefícios e remuneração não são as únicas prerrogativas para retenção de talentos”, observa Rafael.

## Destaque em Saúde

A Unimed Seguros iniciou suas operações em 1989 com o objetivo de atender as demandas do Sistema Unimed, formado pelas 377 cooperativas, 106 mil médicos cooperados e 14,6 milhões de clientes em todo o Brasil.

Atualmente, a empresa conta com 5,4 milhões de segurados, oferece 25 produtos nos segmentos de Vida, Previdência e Saúde e está entre as maiores empresas do setor, ocupando a 30ª



Marcelo Noce Rocha, Dalmo Claro de Oliveira e Rafael Moliterno - Unimed Seguros

posição no ranking, sendo a 6ª em saúde, 14ª em Vida e a 16ª em Previdência Privada.

Com matriz em São Paulo e 25 escritórios regionais distribuídos pelo Brasil, a Unimed Seguros busca continuamente o aprimoramento de processos, o conhecimento das necessidades de seus clientes e o desenvolvimento de produtos conectados com o mercado.

## Novo produto no mercado

A Unimed Seguros acaba de lançar o Unimed Acidentes Pessoais Premiável. Com planos individuais e coletivos, o AP Premiável possui sorteios mensais de R\$ 10 mil, realizados pela Loteria Federal, sempre no último sábado de cada mês.

O novo seguro, além de garantir o pagamento da importância seguradora aos beneficiários, por meio de diversas coberturas (como morte acidental, ou ao próprio titular por invalidez permanente, total ou parcial), cobre também o pagamento de

diárias por incapacidade temporária (DIT), causada por acidentes.

“O novo produto permite a possibilidade de contratação da garantia adicional DIT também por profissionais CLT e não só por autônomos, como no Serit”, afirma Rafael Moliterno Neto, diretor de Planejamento da Unimed Seguros.

Mais uma vantagem do AP Premiável é a assistência opcional Microcomputador, serviço que auxilia o segurado a solucionar dúvidas e problemas técnicos nos sistemas

operacionais de seus computadores pessoais.



# Monitoramento online da assistência via celular.

Isso é inovação.

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



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

**Mondial Assistance. Inovando sempre para você atender melhor os seus clientes.**



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

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

## Cardif: certificação em segurança da informação

Preservar a imagem e credibilidade de seus parceiros e clientes é uma prioridade da Cardif, seguradora do grupo BNP Paribas. E é com esse objetivo que a empresa atua continuamente no intuito de atingir o maior grau possível de certificações e comemora a conquista da certificação ISO/IEC 27001 – Controles de Segurança da Informação.

Foi com a área de Contact Center Receptivo, responsável pelo processo de atendimento ao segurado nos produtos de garantia estendida e proteção financeira, que a Cardif conquistou a certificação inédita no setor de seguros.

Para garantir a certificação, a

Cardif precisou aplicar 133 controles (requisitos) que provam que a empresa elimina e administra as suas vulnerabilidades, isto é, reduz os riscos com possíveis fraudes, sabotagem, vírus, bugs, problemas com incêndio, inundação e outros. Depois de se adequar às exigências da ISO, a empresa foi submetida a uma auditoria, pré-requisito para receber a certificação.

“Proteger a confidencialidade, integridade e disponibilidade da informação é um compromisso assumido com todos os nossos parceiros. A iniciativa pioneira de passar por um processo de certificação rigoroso como esse reflete o cuidado e a importância com que a Cardif



trata a segurança da informação”, explica o vice-presidente comercial da Cardif, Adriano Romano.

## Grupo NotreDame Intermédica comemora 40 anos

Como parte das comemorações pelos seus 40 anos de atividades, o Grupo NotreDame Intermédica, considerado hoje um dos três maiores grupos operadores de planos de assistência médica e odontológica do país, anuncia a conquista de mais de 3 milhões de associados e o nome de Aloísio Wolff como o novo co-presidente do Grupo e principal executivo da Intermédica Sistema de Saúde.

Considerada carro-chefe do Grupo integrado ainda pelas empresas NotreDame Seguradora e pela Interodonto Planos Odontológicos, a Intermédica Sistema de

Saúde tem se destacado como empresa pioneira no desenvolvimento e incorporação em seus serviços de atendimento de programas de medicina preventiva e de gestão integral da saúde.

Focada na excelência de serviços médico-hospitalares marcados por um atendimento especializado e humanizado, a Intermédica Sistema de Saúde conta com uma estrutura própria de atendimento integrada por 90 centros clínicos, oito pronto-socorros, sete hospitais, quatro maternidades e mais de 5.600 recursos credenciados, entre hospitais, maternidades, serviços diagnósticos e

consultórios particulares.

Através de sua Divisão de Medicina Preventiva, criada em 1982, a Intermédica Sistema de Saúde tem contribuído para a significativa melhora da qualidade de vida de seus associados e familiares, da redução do absenteísmo e o aumento da produtividade nas empresas, através de ações e programas de medicina preventiva que incluem cursos, palestras, orientações e demonstrações sobre mais de 60 temas, como diabetes, hipertensão, obesidade, amamentação materna, doenças sexualmente transmissíveis, etc.

**A Ituran e os corretores  
de seguros formam  
uma grande parceria.  
Digamos que sem eles  
nós não teríamos chegado  
aonde chegamos.**

**Parabéns aos Corretores de Seguros.**



**11 3616 9090**  
[www.ituran.com.br](http://www.ituran.com.br)

# Bradesco Dental já tem 1 milhão de vidas

A Bradesco Dental atingiu o marco histórico de um milhão de segurados, 100% deles de apólices empresariais.

Há um ano e meio, o Grupo Bradesco de Seguros e Previdência investe na expansão do Seguro Odontológico, ação que resultou na estruturação da Bradesco Dental em maio último.

Com crescimento de 40% nos últimos 12 meses, a empresa alcançou em julho a meta para 2008. A evolução ocorreu de forma orgânica, sem a compra de carteiras de outras operadoras e, exclusivamente, com planos de empresas.

## Liderança

Líder no mercado de seguro odontológico e presente em mais de 1,3 mil cidades, a Bradesco Dental conta com cerca de 9 mil dentistas e clínicas referenciados.

O leque de serviços atende de micro e pequenas empresas às grandes organizações, num total superior a 2,4 mil clientes corporativos.

Entre eles destacam-se Peugeot, Pirelli, Adidas, White Martins, Tim, ThyssenKrupp, Andima, além de Xerox, L'Oréal, Magnesita, Visanet e Bayer Schering Pharma, que são conquistadas dos últimos seis meses.

## Mercado aquecido

O mercado de planos e seguros odontológicos cresceu cerca de 50% nos últimos dois anos, segundo a Agência Nacional de Saúde. Até abril, somava 9,5 milhões de clientes.

Os planos dentais são hoje o terceiro benefício mais solicitado pelos trabalhadores das empresas, após o plano de saúde e a previdência complementar.

Assim como a Mediservice, operadora de planos de saúde empresariais administrados, adquirida em fevereiro de 2008, a Bradesco Dental e a Bradesco Saúde são controladas do Grupo Bradesco de Seguros e Previdência, maior conglomerado de seguros da América Latina, que integra a Organização Bradesco.

## Produtos e planos

Os produtos da Bradesco Dental, disponíveis para empresas a partir de cinco funcionários têm cobertura em âmbito nacional, características flexíveis que permitem a elaboração de um benefício personalizado, ampla Rede Referenciada de profissionais e clínicas especializadas em todo o país, e o uso da livre escolha (reembolso de despesas odontológicas) para todas as modalidades de planos contratados.

### Produtos:

- Bradesco Dental SPG (empresas de 5 a 99 segurados, somente se conjugado ao Bradesco Saúde SPG)
- Bradesco Dental Empresarial (a partir de 50 segurados)

### Planos:

- Família Essencial: inclui toda a cobertura do Rol de Procedimentos da ANS, mais 40 procedimentos básicos, além de livre escolha com reembolso pela Tabela Bradesco.
  - ✓ Essencial
  - ✓ Essencial Plus
  - ✓ Essencial Top
- Família Premium: inclui todas as coberturas do Essencial, além de coberturas para prótese, implante e ortodontia.
  - ✓ Premium
  - ✓ Premium Plus
  - ✓ Premium Top
  - ✓ Premium Top Implantes



Campanha

# Auto Turbinado

**Aumente 20%  
sua produção  
em relação ao mesmo  
período do ano anterior  
para ganhar!**

**Ganhe  
10 reais  
por apólice  
emitida!**



Para mais informações, acesse  
[www.corretorunibancoaig.com.br](http://www.corretorunibancoaig.com.br)

 **UNIBANCO** | AIG  
SEGUROS & PREVIDÊNCIA

Promoção válida de 1º/10/08 a 31/12/08. Aumento de 20% em relação ao mesmo período (mês) do ano anterior.  
Comissão adicional de 10 reais por apólice no mês. Unibanco AIG S.A. CNPJ 33.166.158/0001-95. Seguro Auto  
SUSEP nº 15.414.100.482/2004-44.

# Mercado PME ganha novos planos odontológicos

## Inpao Dental apresenta novidades, especialmente para pequenas e médias empresas

O mercado de pequenas e médias empresas é a “bola da vez” para as operadoras de planos odontológicos. Responsável por mais de 80% das companhias brasileiras, segundo dados do Instituto Nacional de Geografia e Estatística (IBGE), a carência por alguns benefícios, como assistência odontológica, ainda é grande. Entre os motivos estão o alto custo dos planos e a dificuldade em encontrar um produto adequado a esta realidade.

Para preencher essa lacuna e conquistar novas vidas nesse segmento, o Inpao Dental está lançando alguns planos diferenciados. Destinado para empresas com 5 a 99 vidas, com no mínimo dois titulares, o PME Inpao Dental é um plano sem carência e com período contratual de 24 meses. A grande novidade está no fato do titular ter a possibilidade de colocar como dependentes o cônjuge e os filhos de qualquer idade, além dos pais e sogros como agregados.

Com um custo de R\$ 13,30 por mês, o plano possui um valor bastante competitivo e atraente, segundo o diretor de Finanças e Administração do Inpao Dental, Claudio Aboud.

“Estamos investindo em produtos com maior atratividade para esse mercado porque há uma carência muito grande. Nosso objetivo é entrar fortemente no segmento de PME, principalmente porque a maioria não possui nenhum tipo de cobertura odontológica”, explica.

### Coberturas

O plano comercializado será o Especial, responsável por 70% dos negócios do Inpao Dental. Escolhido por sua excelente relação custo x benefício, oferece total cobertura em dentística, periodontia, endodontia, prevenção, urgência, emergências, odontopediatria e em cirurgias realizadas em consultório, além de aparelhos ortodônticos, odontogeriatria e atendimento a pacientes especiais.

Outros dois planos também foram lançados recentemente, mas para empresas com mais de 100 vidas. O Especial Orto oferece toda cobertura do plano especial, mais ortodontia completa, incluindo a documentação e manutenção ortodôntica. Já o Especial Pro, possui a ampla cobertura do plano Especial, mais próteses, incluindo as de porcelana.

Os produtos serão distribuídos em todo o Brasil por meio da parceria com a Unimed Paulistana e de plataformas de corretores. A expectativa é que os lançamentos reforcem ainda mais a competitividade da operadora no setor, ajudando a superar a meta de 400 mil beneficiários até 2009.

Outra aposta da operadora para atrair as pequenas e médias empresas é o investimento em tecnologia, principalmente na oferta de serviços online. A expectativa é que o avanço nessa área dê novos impulsos na contratação de planos odontológicos. Com mais de 60 opções, como faturas online, por exemplo, a facilidade em resolver pequenas pendências do dia-a-dia deve contribuir também para uma rápida adesão.

### Pioneiro no segmento

O Inpao Dental (Instituto de Previdência e Assistência Odontológica) 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 distribuídos por todo o território nacional.

Entre os diferenciais do Inpao Dental está a qualidade de sua rede credenciada, composta por cirurgiões-dentistas com 15 anos de experiência, em média. Outra diferença é a possibilidade do paciente acompanhar seu tratamento dentário através do portal [www.inpao.com.br](http://www.inpao.com.br).



Qual o seu papel na  
**preservação 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 softwares 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](http://www.i4pro.com.br)



# Prodent e Samcil lançam produto diferenciado

A Samcil Planos de Saúde, pioneira no setor de planos de saúde, fechou acordo com a Prodent Assistência Odontológica, empresa especializada na operação e administração de planos odontológicos, para atuar como parceira no atendimento à carteira de clientes do novo produto da Samcil: o Samcil Odonto.

O plano oferecerá cobertura nacional para os clientes PJ (pessoa jurídica), PME (Pequena e Média Empresa), e Pessoa Física. O Samcil Odonto contará com uma estrutura de mais de 8 mil especialistas e serviços credenciados em todo o país e uma ampla cobertura de serviços.

Segundo Alejandro Pérez, superintendente Comercial e de Marketing da Samcil, “buscamos no mercado uma parceira com forte gestão operacional e de produtos, com novos serviços, mais coberturas e atendimento nacional para que o Samcil Odonto seja um produto premium. A meta da Samcil em um ano é de dobrar sua carteira de clientes de planos odontológicos”.

A parceria une duas forças: a Samcil é Top of Mind de RH, assim como a Prodent, em suas respectivas categorias, segundo pesquisa organizada pela Fênix Editora. “São duas empresas muito bem posicionadas no mercado empresarial”, analisa Pérez.

“Essa importante aliança comercial é fruto da política de expansão comercial e planejamento estratégico da Prodent, contemplando a abertura de novos segmentos e canais de distribuição em massa, contribuindo de forma significativa pa-



Maurício Camisotti – Prodent

ra fortalecer a presença da Prodent entre os principais players de mercado”, analisa Maurício Camisotti, presidente da Prodent.

Com o Samcil Odonto, o objetivo é aumentar as vendas de planos odontológicos na atual carteira e atuar com um produto diferenciado na prospecção de novos clientes que ainda não possuem plano odontológico. Nos planos PJ e PME, o Samcil Odonto pode ser comercializado separadamente – ou conjuntamente – ao plano de saúde. Para as pessoas físicas, o Samcil Odonto será adquirido juntamente com o plano de saúde.

## Soluções personalizadas

No segmento de plano exclusivamente odontológico (Empresarial e PME), a Prodent destaca-se no mercado pela flexibilidade e personalização do atendimento aos seus clientes e parceiros, além de oferecer soluções exclusivas e personalizadas para empresas de todos os portes, prestigiando a distribuição pelo canal corretoras e consulto-

rias de benefícios.

“Acreditamos que as corretoras de seguros e consultorias de benefícios podem agregar de forma significativa com a expansão deste mercado altamente potencial, e é por isso que estamos investindo no desenvolvimento de novos produtos, serviços e completa infra-estrutura de atendimento ao corretor”, comenta Luis Fernando de Paula Henrique, diretor de Marketing e Expansão Comercial da Prodent.

## Crescimento consecutivo

Fundada em 1989, a Prodent é hoje uma das maiores empresas de assistência odontológica do país. Focada principalmente no segmento de planos empresariais, a companhia registra aumentos anuais consecutivos de 30% a 50% no faturamento dos últimos cinco anos.

Em 2007, a Prodent atingiu a melhor pontuação no ranking de qualificação da ANS (Agência Nacional de Saúde Suplementar) superando mais de 538 operadoras de odontologia de grupo e cooperativas de todo o Brasil.



Luis Fernando de Paula Henrique - Prodent

Exclusiva



*Foi-se o tempo em que as mulheres exigiam direitos iguais, hoje o que elas querem é se diferenciar.*



  
**QUALITY  
PROTECTION®**  
**PLATINUM**  
Auto Mulher

*Pioneira e especialista em proteger veículos de alta performance, a Chubb está inovando com o Quality Protection Platinum Auto Mulher, um produto que agrega todas as vantagens do mais completo seguro para automóveis diferenciados com a exclusiva Assistência Platinum Mulher. A Seguradora conta com coberturas exclusivas e benefícios inéditos, desenvolvidos especialmente para o público feminino, tais como Assistência Nutricional, Serviço de Baby Sitter, Cobertura Complementar para bens deixados no veículo, nos casos de roubo ou furto total do mesmo, entre outros. Fale com o seu corretor ou ligue 0800 703 66 65.*

  
**CHUBB  
SEGUROS**

A SEGURADORA  
PLATINUM  
DO MERCADO

# Coberturas de pessoas trazem grandes oportunidades

## Mercado brasileiro começa a ter perfil de economia desenvolvida no consumo de seguros

O Brasil caminha para ter um novo perfil no que se refere ao consumo de seguros. Prova disso é o crescimento dos produtos destinados a coberturas de pessoas - que incluem seguros de risco e de sobrevivência.

Conforme divulgou a Fenaprevi (Federação Nacional de Previdência Privada e Vida), na coletiva de imprensa do IV Fórum Nacional de Seguro de Vida e Previdência Privada (leia matéria nas páginas 23 e 24), os seguros para coberturas de pessoas já representam 1,5% do PIB e quase 50% do volume total de prêmios do mercado segurador.

Em outras palavras, a participação dos seguros de benefícios começa a suplantiar as coberturas para propriedades, como acontece nos países desenvolvidos. Isso se deve ao próprio estágio de excelência dos produtos oferecidos ao brasileiro, quanto pelo cenário sócio-econômico favorável e por regras tributárias que fomentam a poupança de caráter previdenciário.

“O controle da inflação, aumento da renda e maior volume de crédito permitiram melhoria das finanças pessoais e de seu planejamento, influenciando positivamente a economia, inclusive o setor de seguros”, afirmou o presidente da Fenaprevi, Antonio Cássio dos Santos.

### Evolução em números

De 2000 a 2007, enquanto a inflação acumulou crescimento de 73,3%, o segmento de coberturas de pessoas alcançou 151,5% de expansão, contribuindo decisivamente para o desempenho do mer-

cado segurador como um todo (98,4% de aumento no mesmo período).

No primeiro semestre de 2008, a inflação marcou 78,9% no acumulado desde 2000, ao passo que o segmento de coberturas de pessoas atingiu 222,2% e o mercado segurador 140,3%.

Considerando-se os números do primeiro semestre de 2008 em relação ao mesmo período anterior, o VGBL foi o produto com maior arrecadação (50,49%), seguido de Vida em Grupo (14,5%) e PGBL (11,38%).

Dentro do bloco específico de coberturas de risco para seguros de pessoas, vale destacar o crescimento do Seguro Turístico (36% no primeiro semestre), Acidentes Pessoais Coletivo (27,7%) e Prestamista (16,7%).

“Subir de classe social expõe pessoas a riscos e nesse movimento é importante contar com seguros e coberturas especiais”, declarou o vice-presidente da Fenaprevi, Marco Antonio Rossi.

### Perspectivas

No segundo semestre, com o Dia das Crianças, 13o. salário e declara-

ção do IR, quando se faz o planejamento familiar do ano seguinte, as oportunidades do mercado segurador se intensificam para vendas dos produtos destinados a coberturas de pessoas.

Nesse sentido, os seguros Residencial, de Acidentes Pessoais e de Perda de Renda são excelentes portas de entrada para a população com ganho familiar até R\$ 3 mil – e podem trazer grandes resultados para companhias e corretores de seguros.

Mas a Fenaprevi aposta também no lançamento de novos produtos, como o VGBL Saúde e VGBL Educação, e no potencial dos microsseguros, para consolidar o crescimento dos seguros para coberturas de pessoas.

Para Antonio Cássio, o viés social do VBBL Saúde é grande, pois se trata de produto previdenciário com fim específico, que cria condições para comprar um plano de saúde ou custear tratamento de doenças na velhice. O VGBL Educação, por sua vez, é ideal para assegurar a educação de crianças e adolescentes.

SEGMENTO DE COBERTURAS DE PESSOAS (RISCO + SOBREVIVÊNCIA)			
ARRECAÇÃO			
Ano	Arrecadação (R\$ milhões)	Part. PIB (%)	PIB (R\$ milhões)
2002	15.391	1,04%	1.477.822
2003	21.003	1,24%	1.699.948
2004	25.908	1,33%	1.941.498
2005	27.712	1,29%	2.147.944
2006	31.939	1,38%	2.322.818
2007	38.701	1,51%	2.558.821
1º Sem 2007	17.602	1,43%	1.234.008
1º Sem 2008*	20.746	1,54%	1.343.380

(\*) OS DADOS DO 1º SEM 2008 FORAM ESTIMADOS PELA TAGLIAVINI CONSULTORIA E AUDITORIA

Observa-se o aumento da participação, e conseqüentemente, da importância do Segmento de Coberturas de Pessoas na economia.

Estima-se que no 1º semestre de 2008 a arrecadação do Segmento de Coberturas de Pessoas represente 1,54% do PIB brasileiro.

# Fórum destaca resultados e tendências em Vida e Previdência

Evento da Fenaprevi traz abordagens e idéias inovadoras para ampliação dos resultados positivos

A proteção das pessoas contra infortúnios e a realização de projetos pessoais e familiares estão na base de crescimento dos produtos de Vida e Previdência, conforme analisou Antonio Cássio dos Santos, presidente da Fenaprevi (Federação Nacional de Previdência Privada e Vida), na abertura do IV Fórum Nacional de Seguro de Vida e Previdência Privada. O evento foi realizado em São Paulo, nos dias 27 e 28 de agosto.

Por sua vez, o presidente da CN-Seg (Confederação Nacional de Empresas de Seguros Gerais, Previdência Privada e Vida, Saúde Complementar e Capitalização), João Elísio Ferraz de Campos, observou que “não há país desenvolvido que não tenha também uma indústria de seguros sólida”.

Em seguida, o superintendente da Susep, Armando Vergílio dos Santos Júnior, disse que o momento é de estabilidade e crescimento econômico, ressaltando as oportunidades geradas pelo aumento da expectativa de vida.

“O seguro cresce acima da média nacional e a longevidade tem que ser discutida como um desafio e não como um risco. Ela vai nos despertar para a criatividade e para soluções com novos produtos. Além disso, as ações governamentais no campo social, como o combate à fome, têm promovido melhorias na qualidade de vida. Também temos vivenciado a migração da pirâmide social. Hoje, 52% da



Jayme Garfinkel - FenSeg

população estão na classe C e isso é fantástico para os seguros de pessoas”, enfatizou.

Vergílio argumentou ainda que os microsseguros devem ser ferramenta de inclusão social. “Nosso país reúne os ingredientes para o sucesso dos microsseguros”, reforçou, dando a definição precisa do conceito e de seu público-alvo, “que compreende a população com renda mensal de até três salários mínimos”.

## Macrotendências

No painel “Reflexões sobre as macrotendências do setor de Vida e Previdência Privada, na visão do segurador”, o presidente da FenSeg, Jayme Garfinkel, lembrou que

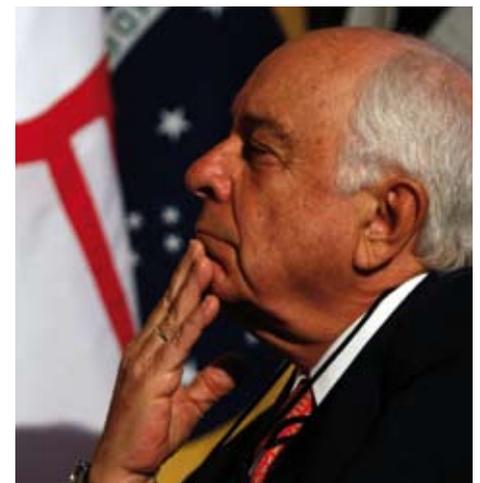
Seguro Residencial tem tudo a ver com Vida e Previdência, mas teve retração de 1980 a 2008, caindo de 3 milhões de contratos negociados para 1 milhão.

Situação similar, em termos de oportunidade, ocorre com o Seguro Rural, cuja participação de 1,6% no mercado tende a aumentar, em virtude do aumento do subsídio governamental, que passou de 60% para 70%.

Falando também sobre ética, Garfinkel informou que a Comissão de Ética, criada pela Fenseg, está pronta para funcionar, aguardando a participação dos seguradores.

No mesmo painel, Patrick Larraigoti, vice-presidente da CN-Seg, concordou sobre o momento econômico favorável e avisou sobre os desafios para o setor – ao criar produtos de acumulação de médio e longo prazos, o mercado segurador assume o papel de alicerce para o desenvolvimento sustentável do país.

Nilton Molina, falou de outros



Nilton Molina - Mongeral

desafios, como melhorar os canais de distribuição, diminuir os custos e rever o pagamento de comissões. “Mas precisamos aproveitar os fatores positivos mencionados por meus colegas”.

### Papel do corretor

Abordando o comportamento das pessoas diante da aposentadoria e o papel do corretor nesse contexto, o vice-presidente da MetLife, Joseph William Jordan, observou que a venda de seguros deve convencer os consumidores para a importância da acumulação com vistas ao futuro.

Os princípios básicos para corretores devem ser, portanto, paciência, disciplina, fé no futuro e especialização, porque é impossível conhecer a fundo todos os produtos. “Não faça tudo, faça o que mais gosta e trabalhe com produtos com os quais se identifica”, frisou.

O professor Jay Olshansky, da University of Illinois, enfocou como a longevidade e a qualidade de vida trazem impactos profundos no mercado de seguros, alertando que é preciso tomar cuidado com os conceitos e que, biologicamente, ainda há sérios problemas, como doenças não controladas pela medicina e mudanças no comportamento que levam à obesidade, por exemplo.

“Para exemplificar, em 2030, 25% da população brasileira será obesa. Além disso, vemos a crescente incidência de diabetes, que aumenta a mortalidade”.

Ou seja, se por um lado a longevidade assegura mais anos de vida, por outro a medicina ainda corre contra o tempo para dar soluções a todos os problemas inerentes à velhice e isso pode trazer sérios problemas ao mercado segurador.

### Marketing etário

Como abordar pessoas de diferentes faixas etárias, visando melhores resultados? Esse foi o tema central de Ann Fishmann, da Generational Targeted Marketing.

Analisando o perfil da geração do primeiro quarto do século passado (de 1901 a 1924) até os novíssimos integrantes da Geração Y, Ann demonstrou como a visão de mundo e as demandas mudam conforme a idade.

A Geração X (de 1961 a 1981), por exemplo, é um dos principais mercados dos Estados Unidos, porque são formadores de opinião.



Jay Olshansky – University Of Illinois

“Uma empresa fez um comercial para esse público, mencionando que está lá no momento em que elas precisam. É isso que essa geração valoriza, o senso de pertencer a uma família”.

Em contrapartida, a Geração Y (de 1982 a 2000), é composta por jovens e adolescentes, que valorizam a independência, muitos têm mesada e cartão de crédito.

“Para eles, as marcas são importantes. Sentem-se jovens, saudáveis e não pensam no futuro. Gostam de jogar e não de comprar seguro, mas precisam de ajuda, pois chegam à

idade adulta e não contam mais com benefícios empregatícios. É uma geração que cresce regada por informações, está conectada o tempo todo”.

Por fim, Ann aconselhou os empresários de seguros no Brasil a pesquisar e conhecer melhor seus clientes, de forma a desenhar produtos e serviços que atendam aos anseios e necessidades de cada perfil geracional.

### Microseguros

O palestrante Brandon Mathews, do departamento de Microseguros da Zurich, falou da regulação e distribuição dos microsseguros, sugerindo que o modelo de vendas deve alcançar as pessoas das camadas mais pobres e conquistar a confiança do público-alvo.

“Precisamos ensinar sobre benefícios e condições, trabalhando como parceiros dos clientes, para alavancarmos melhores resultados”, apontou.

Para Mathews, o Brasil é excelente campo para venda de microsseguros por meio de redes varejistas. “É preciso ter bom atendimento, o produto certo e capacidade de entregar o que foi prometido”.



Brandon Mathews - Zurich



**INPAO**  
**DENTAL**  
A Odontologia Inteligente

## Planos odontológicos *empresariais.*



“Comecei a trabalhar para o INPAO Dental e cresci profissionalmente tendo a companhia como parceira. Hoje, mais de 20 anos depois, continuo fazendo parte da rede credenciada. Para mim, o tratamento e o respeito dispensado aos profissionais são muito importantes. Por isso, sigo trabalhando com o INPAO Dental todo este tempo”.

**Dra. Maria Rita Giovanazzo Anselmo**  
*Especializada em odontopediatria e especialista em ortopedia. Mestrando em medicina do sono: bruxismo, apnéia e ronco.*  
CROSP 31067

Indicada por quem  
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 distribuídos por todo o território nacional.

ANS - Nº 389.356



\*Prêmio concedido pela Gestão & RH Editora.  
\*Troféu Gaivota de Ouro, prêmio concedido pela revista Seguro Total.\*

consulte seu corretor

11 5094-4040 ou acesse nosso portal [www.inpao.com.br](http://www.inpao.com.br)

# Expectativa de vida do brasileiro desafia o setor de seguros

Seminário da Bradesco Seguros e Previdência aborda os impactos sócio-econômicos de viver mais e melhor

Segundo dados do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), mais de 10% da população brasileira já ultrapassaram os 60 anos. Só na cidade de São Paulo, há 1,1 milhão de idosos. Em 2050, o país contará com 64 milhões de seixagenários, ou 24% da população.

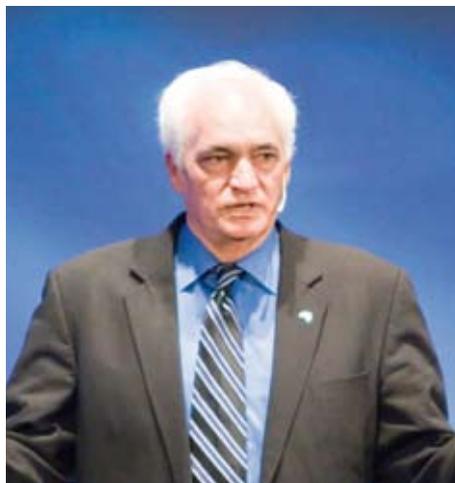
A situação é um desafio para o setor de seguros, pois poderá contar com mais pessoas consumindo seguros de Vida e Previdência Privada, mas também conviverá com maiores demandas em planos de saúde.

Para enfatizar os aspectos sociais e econômicos encontrados em países com populações que vivem mais e melhor, a Bradesco Seguros e Previdência realizou o III Fórum da Longevidade, no dia 2 setembro, em São Paulo.

## Novas fronteiras

Professor de Economia da Universidade do Novo México, Lowell Catlett proferiu a palestra “Novas fronteiras que mudam o mundo”. De acordo com o pesquisador, vivemos um momento único na história, onde as pessoas deixaram de viver a escassez, como aconteceu com a geração do entre-Guerras, para conviver com a possibilidade de realização de nossos sonhos. “Mas tudo será conquistado se soubermos planejar o caminho até o que queremos”, ponderou.

Catlett mostrou ainda como os novos tempos moldaram o comportamento da atual “geração I-pod”,



Lowell Catlett – Universidade do Novo México

que ouve a música que quer, onde quer e como quer. Essa atitude leva a conclusões sobre o perfil do novo consumidor, que está ditando novas regras para a fabricantes e fornecedores de produtos e serviços. “Esse jovens sabem como transformar sonhos em realidade”.

## Futuro em construção

“É preciso ser previdente e prudente, é preciso planejar”. Esse foi o foco do filósofo Mario Sérgio Cortella, professor da PUC-SP (Pontifícia Universidade Católica de São Paulo), na apresentação “Qual o futuro que vamos construir?”.

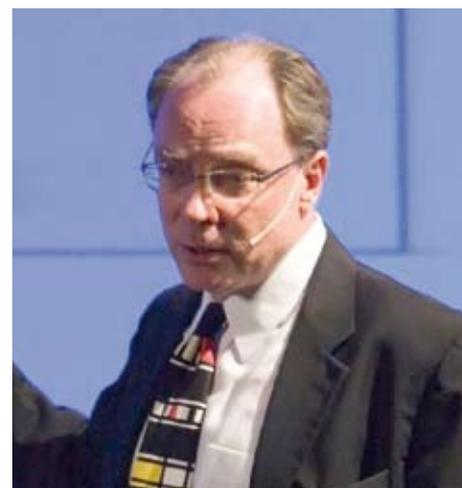
Ressaltando que devemos viver o presente e o futuro, e não o passado, Cortella abordou o significado da palavra “felicidade”, que em latim quer dizer “fertilidade”. “Não há felicidade sem fertilidade”, disse o acadêmico, defendendo que o

segredo para uma existência plena e construtiva é deixar um legado de nossa existência.

## Mais idosos do que nunca

O cientista social José Carlos Libânio apresentou “Longevidade no Brasil e no mundo”, explicando como muda o conceito de idoso de acordo com o grau de desenvolvimento dos países, como está e como vai ficar a pirâmide etária brasileira e o compromisso da Bradesco Seguros Vida e Previdência em mapear a questão, patrocinando a Pesquisa Nacional de Longevidade 2008/2009.

A palestra concluiu ainda que, a despeito da maior expectativa de vida para homens e mulheres no Brasil, as políticas de saúde deixam a desejar – o que se configura como imenso desafio para um país que quer envelhecer com qualidade de vida, como recomenda a ONU.



José Carlos Libânio

**Um relacionamento transparente leva a grandes conquistas.  
E agora também vai levar a incríveis descobertas.**

1002010



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

A Tokio Marine Seguradora sempre ofereceu a você e a seus clientes produtos, serviços inovadores e um excelente programa de relacionamento. Tanto é verdade que em 2009 os nossos corretores Diamante vão poder aproveitar uma viagem de incentivo que promete ser inesquecível. Informe-se sobre o Programa Nosso Corretor com um dos nossos Gerentes-Gerais.

**Esse é o nosso jeito de desejar todo sucesso do mundo e de parabenizar você pelo Dia do Corretor.**



**TOKIO MARINE  
SEGURADORA**

NOSSA TRANSPARÊNCIA, SUA CONFIANÇA

# Pais e responsáveis podem investir em previdência para menores

**Novo Educaprevi, da SulAmérica Seguros e Previdência, atende diversos perfis de renda e oferece serviço Assistência Escola Online**

Garantir uma educação de qualidade para filhos, netos ou sobrinhos é o sonho de grande parte das famílias brasileiras. O novo Educaprevi, da SulAmérica Seguros e Previdência, cumpre a missão e oferece entre seus diferenciais o Assistência Escola Online.

Com o produto, pais e responsáveis investem em mensalidades a partir de R\$ 50 por mês e escolhem a forma como o dinheiro será aplicado: são três opções de planos disponíveis nas modalidades PGBL e VGBL, cujas contribuições podem ser distribuídas em renda fixa, variável ou multicarteira.

Após o período de contribuição, o menor contará com uma reserva acumulada para financiar estudos universitários (no Brasil ou no exterior), compram um automóvel ou, até mes-



Renato Russo – SulAmérica Seguros e Previdência

mo, iniciar um plano de previdência para a aposentadoria.

“Com o Educaprevi, os pais ou responsáveis oferecem os primeiros passos para que os menores atinjam

a independência financeira e possam iniciar a construção de uma carreira profissional ou realizar um desejo”, explica o vice-presidente de Vida e Previdência da SulAmérica, Renato Russo.

A Assistência Escola Online consiste em uma série de serviços que auxiliam nas atividades escolares, incluindo tira-dúvidas, aulas virtuais de todas as disciplinas da 5ª série do ensino fundamental ao vestibular, testes, revisão de matérias, entre outros recursos.

As taxas de administração do Educaprevi variam de 2,5% a 1,5% ao ano e o carregamento (cobrado somente na saída) pode chegar a zero, de acordo com o tempo de permanência na carteira.

## Previdência BH reúne 97,5% dos cooperados

Formada por 4,6 mil médicos cooperados, a Unimed-BH é o maior sistema de saúde suplementar de Minas Gerais. Com 730 mil clientes, a cooperativa conta com uma rede de 258 clínicas, laboratórios e hospitais credenciados e, no primeiro semestre de 2008, atingiu receita operacional bruta de R\$ 671 milhões, com uma evolução de 12,39% frente ao mesmo período em 2007.

A recém-criada previdência complementar da Unimed-BH obteve a adesão de 97,5% dos médicos cooperados da operadora mineira. O resultado foi anunciado no dia 18 de setembro. Na

oportunidade, formalizou-se o repasse de R\$ 50 milhões à Petros, entidade escolhida para a gestão do benefício.

“Desde o planejamento até o reglamento dos planos, todas as etapas de formatação do benefício foram discutidas com os nossos cooperados. Atribuímos essa extraordinária adesão de quase 98% dos médicos à maneira participativa como o processo foi conduzido, o que nos permite, agora, ampliar o compartilhamento dos resultados da nossa eficiência operacional com os cooperados”, avalia Helton Freitas, diretor-presidente da Unimed-BH.

Ao constituir sua previdência associativa, a Unimed-BH criou dois planos distintos e complementares. No Plano Unimed-BH, os participantes receberão aportes anuais por parte da Cooperativa, cujo valor será baseado no desempenho alcançado no período, além de contribuições mensais. Já o Plano do Cooperado permite ao médico fazer sua economia e planejar o futuro, realizando aportes pessoais no valor desejado. O médico pode ainda contratar uma cobertura adicional para riscos de morte e invalidez, garantida pela Unimed Seguros.

# Chubb lança seguro de automóveis platinum para público feminino

Novo produto oferece coberturas exclusivas como assistência nutricional e proteção para bens deixados dentro do veículo

A Chubb lançou recentemente o Quality Protection Platinum Auto Mulher, produto com coberturas e serviços desenhados para as necessidades do público feminino.

Entre seus diferenciais está a possibilidade de contratação de uma cobertura complementar para bens pessoais deixados dentro do automóvel.

Dessa forma, a segurada contará com proteção em caso de roubo ou furto dos mais diferentes tipos de bens como laptops, cadeirinha de bebê, celular, óculos, maquiagem, bolsas, tocadores de mp3, entre outros.

Já com o serviço de Assistência Nutricional, por exemplo, a cliente conta com profissionais especializados para esclarecer dúvidas e receber orientações sobre alimentação saudável, estilo de vida, receitas, dicas para preparo de alimentos e muito mais.

O exclusivo benefício de Baby Sitter é outro diferencial. Caso a segurada precise se ausentar por conta de compromissos profissionais ou por motivos de saúde, seus dependentes recebem todos os cuidados de uma profissional qualificada.

## Evento em Blumenau

O 2o. Encontro Catarinense da Mulher Profissional do Seguro, realizado em Blumenau, nos dias 18 e 19 de setembro, foi palco do lançamento do Quality Protection Platinum Auto Mulher.

Marcaram presença no evento a superintendente de Marketing da Chubb, Maria Celeste Parra, e a executiva de

Personal Lines, Priscilla Magni.

“A segurada Chubb é uma mulher sofisticada e exigente. Assim, trabalhamos para desenhar um seguro exclusivo, com benefícios e coberturas capazes de construir a percepção de que aquele produto é um reflexo de sua personalidade”, explica Maria Celeste Parra, superintendente de Marketing da Chubb.

“Para tanto, procuramos agregar benefícios que facilitam o dia-a-dia das nossas clientes e que não são oferecidos pelo mercado, visando tornar único o Quality Protection Platinum Auto Mulher, assim como nossas seguradas”, complementa.

Para apresentar o produto ao mercado no 2º Encontro Catarinense da Mulher Profissional de Seguro, a seguradora providenciou a montagem do Espaço Chubb Mulher, área na qual as participantes do evento puderam relaxar nos intervalos dos debates.

Além de desfrutar coquetéis, doces e petiscos, as visitantes tiveram acesso a serviços de massagem e de maquiadores.



Maria Celeste Parra - Chubb

Criado em 2006, o Encontro Catarinense da Mulher Profissional do seguro é realizado pelo Sindicato dos Corretores de Seguros de Santa Catarina. Seu principal objetivo é reunir mulheres profissionais do setor para a discussão e troca de informações, contribuindo para o desenvolvimento profissional e pessoal das participantes.

O evento também apresenta novos conceitos, produtos e temas relativos ao mercado segurador e ao universo feminino.

## Seguradora oficial do Casa Boa Mesa

O evento Casa Boa Mesa, realizado em São Paulo, de 10 a 30 de setembro, contou com o seguro de Responsabilidade Civil Eventos, produto da carteira de entretenimento da Chubb, que possui 35 anos de experiência no segmento.

“A Chubb é referência na oferta de

seguros para proteção do patrimônio de pessoas de Classe AA e o Casa Boa Mesa traz novas tendências gastronômicas e arquitetônicas para esse público, o que torna a parceria um grande sucesso”, reforça Acacio Queiroz, presidente e CEO da Chubb Seguros do Brasil.

COLOQUE UMA HILUX  
NA SUA FAZENDA  
E COMEMORE OUTRA  
ÓTIMA COLHEITA: DE LUCROS.



**HILUX**  
FAÇA SEU DESTINO

PASSE NUMA CONCESSIONÁRIA TOYOTA E CONHEÇA AS CONDIÇÕES  
DE VENDAS PARA FROTISTAS, MELHOR CUSTO/BENEFÍCIO E ATENDIMENTO  
DE QUALIDADE PARA ACELERAR AINDA MAIS OS SEUS NEGÓCIOS.

\*A Toyota é a única montadora brasileira que oferece três anos de garantia de fábrica para toda a linha, sem limite de quilometragem para uso particular e, para uso comercial, três anos de garantia de fábrica ou 100.000 km, prevalecendo o que ocorrer primeiro. Consulte o livrete de garantia ou o site



A Hilux é a picape ideal para ajudar você a acelerar os seus negócios. Única com três anos de garantia, ótimo custo/benefício, a maior caçamba da categoria, grande durabilidade, um conforto jamais visto numa picape e, além de tudo, a qualidade Toyota. Renove a sua frota com a Hilux. Você vai contar com uma equipe treinada e especializada, agilidade, treinamento aos usuários e rede de assistência técnica em todo o Brasil. Tudo isso para que os seus negócios cheguem ainda mais longe.

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



# Grandes riscos brasileiros podem ficar sem resseguro

## Especialistas da Miller do Brasil falam do momento atual no resseguro e das incertezas que podem deixar grandes riscos sem cobertura

Às vésperas do dia 17 de outubro, data fixada pelo governo para finalizar a transição no processo de abertura do resseguro, a Revista Seguro Total buscou especialistas no assunto para investigar como o mercado segurador está vendo o momento atual, com base no contexto históri-



Marcello Gama - Miller do Brasil

co e tendo em vista as perspectivas para o futuro.

Na análise de Marcello Gama, um dos fundadores da Miller do Brasil, não há dúvida de que, historicamente, o IRB-Brasil Re (antigo Instituto de Resseguros do Brasil) teve papel de relevância no desenvolvimento do setor de seguros brasileiro, desde sua criação, em 1939.

“O IRB permitiu que as compa-

nhias de seguros brasileiras comessem a assumir grandes riscos, ressegurando todos os seus excedentes de capacidade, através de contratos feitos com o mercado internacional”, explica Marcello.

Ao longo do tempo, o IRB também foi muito importante para o mercado porque implantou no país uma série de regras e procedimentos, além de favorecer e estimular o lançamento de novos produtos.

O IRB introduziu e aprimorou um eficiente sistema financeiro de controle de pagamentos e recebimentos de prêmios, devoluções e de indenizações de relevante importância para o mercado. E internacionalmente o IRB foi considerado um dos mais eficientes pagadores desses compromissos financeiros.

### Monopólio em extinção

Mas o tempo passou e os países com sistema monopolista de resseguro entraram em extinção. Marcello lembra que, há poucos anos, só mesmo o Brasil e Cuba, nas Américas, e outro país africano praticavam o monopólio de resseguro.

“Na época havia uma grande pressão, não só interna, como internacional, para a abertura do mercado”, reforça Marcello.

No início da década de 90, come-

çaram a chegar ao Brasil as grandes resseguradoras, com o intuito de se estabelecer e de ocupar o espaço do IRB, quando este deixasse de existir.

“Naquele momento, havia uma possibilidade do IRB ser vendido a um grupo estrangeiro. Algumas resseguradoras, como a Munich Re e a Swiss Re, manifestaram o formal interesse em adquiri-lo”, conta Marcello.

Durante a década de 90, além da chegada das resseguradoras, o mercado assistiu a entrada das corretoras de resseguro, como é o caso da própria Miller.

“Em 1996, eu fui para Londres, para treinar resseguro, sabendo que a queda do monopólio aconteceria e o Brasil precisaria de técnicos especializados. Mas nada aconteceu de concreto e, somente em janeiro de 2007, com a edição da Lei Complementar No. 126, o mercado de resseguro foi oficialmente aberto”.

Marcello explica que a legislação atual prevê três tipos de resseguradores: o Local (aquele que tem um capital mínimo requerido e reservas de prêmios e sinistros no Brasil), o Admitido (aquele que só tem um escritório de representação no Brasil, e garante a sua operação através de uma conta vinculada à Susep de US\$ 5 milhões para todos os ramos e de US\$ 1 milhão para os resseguradores

atuantes somente no ramos de pes-soas) e o Eventual (aquele que não tem escritório no Brasil, não tem reserva e nem conta corrente).

### Em cima da hora

A preocupação do executivo diz respeito exatamente com o prazo do

dia 17 de outubro, quando termina o período provisório de abertura, após os seis meses em que o IRB pode subscrever riscos e retroceder ao mercado internacional utilizando resseguradores ainda não registrados pela Susep para operar no Brasil.

“Hoje temos somente 20 ressegu-

radores cadastrados no Brasil, que poderão prover capacidade insuficiente para proteger a totalidade dos riscos brasileiros”, alerta Marcello.

Ele reforça que “há mega-clientes com mega-apólices como, por exemplo, petroquímicas, refinarias, gigantes da mineração e companhias aé-

## A primeira em sinistros

O Melhor Broker em Sinistros era uma das mais concorridas categorias na pesquisa London Market Leaders – e a Miller Insurance Services a venceu.

Uma das maiores razões do mercado ter votado na Miller foi a estrutura da companhia, que possui gerentes de sinistros para cada área de negócios, provendo assim uma equipe eficiente, experiente e sólida, como declara um subscritor em Londres.

Os gerentes de Sinistro em questão são Andrew Ford e Stewart Lawrence, chefes de Sinistros da área de Marine, Steve Salter (Riscos Profissionais), Andy Morcombe (Resseguro), Jason Sidgwick (Energia, Property e Casualty) e Murray Edward (Programas e facilities).

De acordo com Edward, essa definição de estrutura foi uma decisão consciente tomada pela Miller.

“Com um grande departamento isolado, percebe-se que há uma desvalorização no serviço de sinistros para o cliente. Cada sinistro é tratado de forma estanque. No nosso caso, trabalhamos próximos das respectivas áreas de colocação, o que é uma grande vantagem já que tudo isso agrega valores ao serviço de sinistros. É um grande apelo de vendas para nós. Se há um sinistro em qualquer área, ele pode ser tratado já no primeiro dia” diz ele.

Imediatamente após os furacões atingirem a costa leste dos Estados Unidos em 2004, Edward estava em

um avião seguindo para as zonas devastadas.

Ele explicou: “Eu fiquei dois meses em campo com uma empresa na Carolina do Norte que teve grandes perdas na Flórida – surgiram em torno de 10.000 reclamações. Foi uma atuação proativa sair de lá e poder dar um bom nível de conforto aos subscritores. Ao mesmo tempo, os clientes sentiram que não estavam sozinhos. Esse é o serviço extra que nós fornecemos”.

Sidgwick acredita que esse valor agregado ao serviço é reconhecido no mercado.

“A Miller trata os sinistros seriamente. Nós acreditamos nisso e é o que oferecemos como grande diferencial. É um tratamento proativo. Nosso papel é direcionar os sinistros para uma conclusão satisfatória. Nossa habilidade e experiência estão à disposição e as utilizamos na condução dos processos”, disse Sidgwick.

A sua equipe de energia foi também a primeira no mercado a obter indenização referente aos danos causados pelo furacão Katrina após apenas 10 dias depois do ocorrido.

“O mercado está no meio de um ciclo “soft”, mas se está “soft” ou “hard” isso na tem feito nenhuma diferença para o setor de sinistros nos últimos 10 anos”, acrescenta Edward.

Essa é a visão compartilhada por: agora há um mercado consistente, consolidado através de contratos. Ba-

seadas em clausulados adequados, as indenizações ficam muito mais fáceis de serem obtidas.

“Sempre haverá uma falha no clausulado, o que é comum nesse negócio. Quando isso ocorre procuramos corrigir operacionalmente essas falhas o que envolve inúmeros fatores. Nós trabalhamos duro para obter os números corretos”.

A Miller espera que a melhora na percepção do setor de sinistros ajudará a superar a batalha por talentos enfrentada por toda a indústria de seguros no ano passado.

Edward afirma: “Enquanto há preocupação com a falta de experiência e especialização na área de sinistros, nós focamos na educação de nossas equipes. Nós sentamos permanentemente com alguns membros jovens da equipe e os qualificamos.

“No entanto, conheço muitos reguladores de sinistro nos Estados Unidos que estão envelhecendo, e acredito que atrair talentos não é somente um problema da Inglaterra, e sim um problema do setor de sinistros”.

E o futuro está promissor para os profissionais da área, ganhando mais respeito hoje do que nunca antes visto. “Estamos sendo percebidos no mesmo patamar de igualdade que o resto da indústria. Se as pessoas têm talentos suficientes, elas podem fazer uma boa carreira na área de sinistros”, observa Sidgwick.

reas, que vão precisar de uma massa muito grande de capacidade financeira fornecida pelas resseguradoras, que em alguns casos nem sequer sabem da exigência de registro para subscrever o risco brasileiro”.

A situação crítica pode ter início justamente a partir de 17 de outubro. “O prazo é curto, estamos em cima da hora. Algumas grandes apólices brasileiras podem ficar sem cobertura de resseguro, porque a partir de então o IRB não poderá mais fazer a retrocessão para resseguradores não cadastrados na Susep”.

“O IRB está na lista que inclui Munich Re e J. Malucelli, únicos registrados, até o momento, como Resseguradores Locais pela Susep. Eles têm o direito de subscrever até 60% do risco ou até mesmo recusá-lo (“First Refusal Right”). Depois disso, deve-se buscar os resseguradores Admitidos ou Eventuais. Alguns riscos brasileiros poderão ficar sem cobertura integral porque não temos capacidade suficiente, entre esses resseguradores registrados, para assumi-los”, ressalta Marcelo.

### Saídas possíveis

E qual a solução? Marcello diz que há rumores sobre o período de transitoriedade do IRB, que poderá ser prorrogado por mais seis meses. “Provavelmente, a Susep vai dar outra solução, mas seria contrário à lei permitir que resseguradores não registrados subscrevam riscos brasileiros, salvo se através de uma operação de retrocessão, envolvendo o IRB”.

Ele dá o exemplo de um cliente da Miller. “Aqui temos um cliente com 16 resseguradores ainda não registrados pela Susep. Quando a apólice

dele vencer, e se nada acontecer, nós poderemos enfrentar um vácuo entre suas necessidades e as capacidades disponíveis. Por isso precisamos arranjar uma solução, urgentemente”.

### Controvérsia tributária

Considerando que as indenizações têm fim social, ou seja, de repor o segurado na mesma situação econômico-financeira em que se encontrava antes do sinistro, Marcello avisa sobre outro problema da legislação, agora tributária, que afeta o resseguro aberto: a taxa do IOF cambial.

O IOF, cuja taxa é 0,38%, é devido na saída e na entrada de valores do país, no momento da operação cambial. Dessa forma, quando se remete prêmio ao exterior para pagar os resseguradores admitidos ou eventuais, deve-se pagar o Imposto.

O grande problema está na entrada de valores, pois se aplica o imposto que, na realidade, é um desconto no valor da indenização. “Ele estaria recebendo uma indenização 0,38% menor que o prejuízo. Isso está gerando uma controvérsia porque os seguradores brasileiros entendem que se trata de ônus do resseguradores, que por sua vez não pensam o mesmo”, analisa Marcello.

O executivo diz que há diversas entidades preocupadas, tentando encontrar uma solução, como Fena-seg (Federação Nacional de Seguros Privados e Capitalização), Aber (Associação Brasileira das Resseguradoras) e Abecor (Associação Brasileira dos Corretores de Resseguro), entre outras.

“É preciso negociar a isenção do IOF ou buscar outra saída. O que não



Ambiente de trabalho – Miller do Brasil

podemos aceitar é que os segurados recebam quantias menores que seu prejuízo final apurado e aprovado pelo regulador”, reforça Marcello.

### Miller do Brasil: tradição e solidez

No contexto atual de incertezas e até desinformação, a Miller do Brasil se projeta no mercado com a experiência e solidez de um broker independente, que conhece a fundo o resseguro em escala global.

A Miller Insurance Services Ltd. foi fundada em 1900, em Londres, com foco inicial no segmento de Marine.

Hoje, é o maior broker de capital fechado da Inglaterra com Patrimônio Líquido de US\$ 47 milhões, receitas anuais de US\$ 113 milhões e gestão de prêmios na ordem de US\$ 2 bilhões, estando situada entre as 10 maiores do mundo.

Com 108 anos de história e tradição, a Miller Insurance Services é reconhecida internacionalmente como um broker de nível técnico superior e que opera sob rígidas normas de compliance, estando presente em vários países, incluindo Brasil, Estados Uni-

Segurança é tudo o que você e os seus clientes procuram. Por isso, a Teletrím Monitoramento, uma das maiores empresas de rastreamento, localização e recuperação de veículos do país, desenvolveu as melhores soluções para proteção e rastreamento de veículos e frotas. Quando o serviço é Teletrím, você conta com a mais alta qualidade, rapidez e a maior rede de instalação e assistência técnica. Um ótimo negócio para você e seus clientes.



Seu veículo monitorado e protegido

Não importa a direção. Você tem  
a segurança de estar sempre protegido.

SP0

LT2008

0800 888 0060

Corretor Parceiro - cadastre-se:  
[www.teletrim.com.br/corretores](http://www.teletrim.com.br/corretores)



Dario Guarita – Miller do Brasil

dos, Espanha, Austrália, Japão, China, Malásia, Tailândia e Bermuda.

No Brasil, a Miller Insurance Service chegou em 1999 sendo representada por Marcello Gama e Dirceu Paiva, que eram dois respeitados nomes do mercado, com 25 anos de experiência e reconhecido conhecimento técnico. Logo a Miller se tornou uma importante parceira do IRB, atuando na renovação dos Contratos de Marítimo, Riscos de Engenharia, Vida e Acidentes Pessoais, além da colocação facultativa de inúmeras e importantes obras (aeroportos, hidrelétricas, estradas, etc), de empresas de valores e de grandes riscos industriais.

Em 2002, foi fundada a Miller do Brasil a partir da sociedade do grupo estrangeiro com Marcello e Dirceu e a chegada de Dario Guarita Filho

Dario trouxe sua longa experiência de mercado, tendo sido presidente e membro do Conselho de Administração da Finasa Seguradora, membro do Conselho de Administração da Vera Cruz Seguradora de 1985 a 1989 e integrante do Conselho Nacional de Seguros, por mais de 10 anos, e da Fenaseg.

Um novo movimento de renovação ocorreu em 2006 com a chegada de Márcio Corrêa como sócio, trazendo sua experiência do mercado segurador em seus mais de 30 anos de atividade.

Desde então, a empresa mudou sua sede do Rio de Janeiro para São Paulo, mantendo na capital fluminense suas atividades técnicas. Com essas alterações físicas, a empresa concentrou atenção em seu planejamento e em sua reorganização, reforçando sua estrutura com a contratação de gente de peso (leia box “Novas contratações”)

“Aqui em São Paulo cuidamos de toda a gestão da empresa e damos especial foco às estruturas de relacionamento com as seguradoras e corretoras independentes. A idéia é ter a empresa estruturada não só para os desafios que já se apresentam, mas também para o futuro. Uma de nossas preocupações fundamentais é com a ética e com a transparência. Esses são valores inegociáveis para

nós por acreditarmos que são a base para nossa visão de longo prazo. Na mesma linha, procuramos dar especial atenção às atividades financeira e contábil, já que a responsabilidade de um broker nessas áreas é enorme, levando-se em conta os trabalhos de controle de transferência de prêmios, sinistros, informações às seguradoras etc. Todo esse reordenamento interno e em relação ao mercado nos estimulou a cuidar com muita atenção da definição de nossa missão e valores, para que ficasse claro para todos aqueles que trabalham na empresa ou que com ela se relacionam”, conta Márcio (leia box “Ética e transparência”).

Sobre a recente abertura do mercado de resseguros no Brasil, Márcio lembra que, sem dúvida, é muito positivo que aconteça num momento bom da nossa economia.

“Como todos sabem, o processo de abertura era aguardado há muito tempo e o mais importante para nós é sermos um elemento chave que assegure que nossos clientes tenham acesso às melhores práticas internacionais e a novos produtos. Nesse sentido, a Miller tem muito a contribuir”, reforça.

## Diferenciais

Para entender como a Miller atua, é preciso antes conhecer seus maio-

## Ética e transparência

O executivo Márcio Corrêa ressalta que ética e transparência são os pilares de qualquer iniciativa ou envolvimento da empresa. “Não se negocia ética. Somos incapazes, por exemplo, de fazer uma oferta para uma seguradora sem se ter clara-

mente garantidos níveis adequados de capacidade.

Nesse contexto, a reestruturação promovida em 2006 também ajudou a delimitar com precisão a missão da empresa no Brasil, como segue:

“Seremos um corretor de ressegu-

ros independente, líder do mercado brasileiro, baseados no mais elevado nível de integridade, oferecendo aos nossos clientes produtos e serviços de alta qualidade com apoio das melhores práticas globais da Miller Insurance Services”.

res diferenças: independência e equipe qualificada.

Márcio explica que a Miller é um broker de resseguros independente pois não está ligada a grupos financeiros e, principalmente, não opera com seguros. Tal posicionamento permite alternativas importantes para as seguradoras e é uma solução para os corretores de seguros independentes já que estes vêem a Miller como parceira que complementa suas operações e não uma ameaça aos seus negócios.

“Tenho sempre dito que nossa presença só se justifica se agregarmos real valor para nossos clientes e é com esse compromisso que temos investido em pessoal de alto nível, sistemas e processos. No caso das seguradoras, o trabalho de um broker é muito importante pois, além do acesso aos mercados e dos trabalhos próprios de subscrição, permite expressivo alívio em uma série de trabalhos



Márcio Corrêa – Miller do Brasil

internos como: acompanhamento de inspeções internacionais, controles dos prêmios enviados, dos sinistros recebidos, acompanhamento de sinistros junto aos resseguradores etc”, argumenta Márcio.

Sobre a qualificação da equipe, ele diz que todo profissional está preparado não só tecnicamente, mas também para se relacionar com os diversos mercados – onde estão esses

mercados, quais suas especialidades e capacidades e qual a melhor forma de abordagem?

“Podemos assegurar que temos na Miller um quadro técnico em nível de excelência. Nós investimos em pessoas, em sua capacitação e temos um grande suporte de Londres nesse processo. Isso faz a diferença”, diz.

## Relações duradouras

A Miller Insurance Services tem uma relação histórica com seus clientes e com os mercados mais importantes do mundo, em especial com o Lloyd's, instituição inglesa de resseguros que só pode ser acessada via brokers.

“Mas destaco que não operamos com qualquer mercado. Trabalhamos baseados em rigorosas regras internas de compliance claramente definidas por Londres. Isso para nós é um fator crucial”, ressalta Márcio.

Recentemente, a Miller Insurance

## Novas contratações

A Miller em Londres tem um modelo de gestão próprio que trabalha com o conceito de “Employee Trust”, ou seja, todo funcionário é um pouco sócio da empresa, participando dos lucros e resultados gerados pelo negócio.

Para Márcio Corrêa, esse modelo protege a organização contra o assédio de capital externo e é também um dos segredos de tanta longevidade e sucesso.

A Miller do Brasil tem investido na valorização de seu quadro e na contratação de novos nomes de indiscutível competência por entender que esse é outro pilar de sustentação de seu negócio.

Nesse ambiente destacam-se a transferência para São Paulo da Álida Verleun, engenheira, com anos de trabalho em seguradoras e na Miller desde 2004.

No início de 2007, a Miller ganhou a colaboração de Renato Gélio, que trouxe uma enorme bagagem por seus 17 anos atuando no IRB, inclusive em Nova York.

Chegou também José Maurício Pereira que foi Diretor de Controladoria da Finasa Seguradora e do Banco Mercantil de São Paulo e Presidente da Comissão de Assuntos Contábeis e Fiscais da Fenaseg por mais de 10 anos, além de ter tido importante papel co-

laborando com a Susep de 1993 a 1994 quando aquela autarquia elaborou seu novo Plano de Contas.

Mais recentemente chegaram à Miller dois reforços importantes: Maurício Conde, oriundo da Harmonia Corretora de Seguros e com passagem pela BCP e Emerson Bezerra, com passagens pela Scor na Suíça e na França e, posteriormente, na Marsh.

A empresa também resolveu apostar em novos talentos, contratando como trainees Henrique Martins, graduado em engenharia e com passagem pela Allianz, Joelma Sarietcheva, advogada, e Camila Gatti.

Services foi premiada como a melhor gestora de sinistros do mercado pela tradicional revista inglesa Global Broker & Underwriter através da pesquisa Líderes do Mercado de Londres, edição 2008. Esse reconhecimento prova a eficiência e a experiência do time da Miller, diz Márcio. (Leia box “A primeira em sinistros”).

Acontece que, mais do nunca, o mercado aberto exige conhecimentos mais profundos, informações consistentes e comprovada especialização em subscrição. “Já se foi o tempo em que havia uma zona de conforto na qual as seguradoras contavam com o ‘manto protetor’ do IRB. Hoje as seguradoras sabem perfeitamente que precisam entender claramente quais suas necessidades vis-a-vis seu planejamento, em quais negócios irão operar e quais capacidades serão necessárias de forma a permitir crescimento equilibrado”, acrescenta Márcio.

Nesse novo ambiente de negócios, a Susep estendeu aos brokers registros consistentes critérios de supervisão e rígidos controles. Márcio aplaude o rigor da entidade e entende que isso é uma oportunidade pois acaba privilegiando empresas sérias e profissionais.

## Áreas de especialidade

A Miller trabalha em vários segmentos com destaque para: Marine (incluindo a Construção de Navios e os riscos de Transportes), Property, com especial expertise para atividades de Energia (Químicas, Petroquímicas, Geração de Energia etc.), Riscos de Engenharia, Vida, Saúde, Transporte de Valores e criação/gestão de Facilities (programas criados para determinados segmentos ou atividades econômicas com termos e condições pré definidos).

A experiência no Brasil já revela uma extensa lista de realizações, seja por meio de assistência aos contratos do IRB ou de seguradoras, seja pela colocação facultativa de diversos riscos.

Sobre Transporte de Valores, Marcello Gama conta que a Miller teve papel muito importante na geração de soluções para o mercado que, em determinado momento, começou a enfrentar dificuldades para colocar seus riscos.

“Havia tanto sinistro que poucos resseguradores se dispunham a aceitar negócios nessa área. A Miller trouxe então experts de Londres que, com novas idéias e colaboração efetiva na implantação de novos

procedimentos de prevenção e segurança, acabaram contribuindo para a redução drástica da sinistralidade e viabilidade das operações”, afirma Marcello.

Um importante momento da Miller foi o da cobertura das relíquias da Exposição “5 Mil Anos de Civilização Chinesa”, realizada em São Paulo em 2003, além do projeto para os Jogos Panamericanos do Rio de Janeiro, em 2007, quando desenhou e viabilizou um complexo conjunto de coberturas envolvendo Property, Riscos de Engenharia, Responsabilidade Civil, D&O, E&O, Transportes, entre outros.

“Colocações importantes como diversos trechos das linhas do Metrô de São Paulo, Rodoanel de São Paulo, Calha do Rio Tietê e alguns grandes riscos operacionais também marcam nossa trajetória”, diz Márcio.

Ainda na área esportiva, atualmente a empresa se dedica a construir um modelo viável de seguros específicos para atletas profissionais. Denominado SportPA no exterior, o produto foi desenhado com base nas melhores práticas internacionais e se encontra em fase de desenvolvimento para entrar no portfólio de uma grande seguradora.

## Sistema para contratos

A principal ferramenta de trabalho da Miller para Contratos é o RARE (sigla em inglês que quer dizer Assistente para Cotação e Avaliação de Resseguro).

Trata-se de um sistema de modelagem que define opções para as seguradoras, de acordo com cada carteira. Os ensaios são feitos com base na análise de dados, previsões e ajustes, mode-

los de frequência e severidade, modelo agregado de perdas envolvendo todo o portfólio (proporcional e excesso) e desenhos de programas alternativos de resseguro.

Os resultados são obtidos a partir de mais de 5.000 simulações para cada fase da análise. O sistema leva em conta não só os atuais portfólios de

negócios mas também as projeções de acordo com as estratégias e objetivos de crescimento de cada seguradora.

“A vantagem de nosso sistema é que ele não define o modelo ideal de contrato. Ele sugere diferentes alternativas ideais, cabendo à seguradora escolher a melhor delas de acordo com sua estratégia de proteção”, aponta Márcio.

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

PARA MAIS INFORMAÇÕES, ACESE [WWW.INTEGRACAOMETLIFE.COM.BR](http://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](http://www.metlife.com.br) e participe. Se você ainda não é, acesse [www.integracaometlife.com.br](http://www.integracaometlife.com.br) e faça seu cadastro. Aproveite, com tantos prêmios assim não dá para você ficar de fora.

**MetLife**<sup>®</sup>

# SulAmérica promove evento para debater o mercado de saúde

## II Semana SulAmérica de Prevenção Regulatória reuniu especialistas que falaram de tendências em planos corporativos

A atuação da ANS (Agência Nacional de Saúde) e as novas tendências regulatórias foram assuntos centrais do II Semana SulAmérica de Prevenção Regulatória, que aconteceu na sede da SulAmérica Saúde, em São Paulo, de 15 a 19 de setembro.

O painel do primeiro dia contou com a presença do diretor de Normas e Habilitação da ANS, Alfredo Luiz de Almeida Cardoso, e do diretor-adjunto da diretoria da Fiscalização da ANS, Dalton Coutinho Calado.

Os palestrantes abordaram o papel da ANS para regulação do mercado, as normas que podem ser adotadas com foco na qualidade e solvência das empresas do setor, além do programa de qualificação das operadoras.

No segundo dia, a discussão teve abertura do chefe do Núcleo de Regulação Econômica e Monitoramento de Mercado da Anvisa, Pedro José Baptista Bernardo.

Ele falou do papel e atuação da Anvisa (Agência Nacional de Vigilância Sanitária), limites e competências e o impacto das novas tecnologias no mercado de saúde suplementar.

Na seqüência, a diretora da Fena-saúde (Federação Nacional e Saúde Suplementar), Solange Beatriz Palheiro Mendes, e a gerente de Produtos da ANS, Karla Santa Cruz Coelho, se juntaram ao debate.

Os dez anos da Lei 9.656 e a relação entre consumidores e operadoras de planos de saúde foram o tema



do painel que contou com a presença da coordenadora institucional da Pro-Teste (Associação Brasileira de Defesa do Consumidor), Maria Inês Dulci.

A rodada de discussões reuniu também o coordenador da área de Biomédicas e Saúde da EPM (Escola Paulista de Magistratura), Mauro Conti Machado, e o superintendente executivo do IESS (Instituto de Estudo da Saúde Suplementar), Mauro Conti Machado,

além do ex-ministro da Previdência, José Cechin.

### Debate oportuno

Ao debater o universo da saúde suplementar brasileira, a SulAmérica promoveu evento atual e oportuno. Em 2007, os planos privados contabilizaram 51% dos gastos realizados com saúde, contra 49% do SUS (Sistema Único de Saúde) – vale lembrar que em 1995, o SUS respondia por 61,6% e o setor privado por 38,4%.

A constatação faz parte de uma pesquisa feita pelo médico Gilson Carvalho, secretário nacional de Atenção à Saúde no governo Itamar Franco e consultor do Conasems (entidade que reúne os secretários municipais de Saúde). Ele fez seu levantamento usando dados do Ministério da Saúde, da ANS (Agência Nacional de Saúde Suplementar), do IBGE (Fundação Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) e da Organização Mundial da Saúde.

## 13° Conec discute resseguro

Com a abertura do mercado brasileiro de resseguros neste ano é preciso que os profissionais do setor entendam mais sobre o assunto.

A discussão em torno do tema será um dos pratos principais do 13° Conec (Congresso dos Corretores de Seguros), que acontece entre os dias 2 e 4 de outubro no Palácio de Convenções do Anhembi, em São Paulo.

Para debater o assunto, o Sindicato

dos Corretores de Seguros de São Paulo (Sincor-SP), que organiza o evento, convidou a diretora de assuntos institucionais e resseguros da Fenaseg (Federação Nacional das Seguradoras), Maria Elena Bidino, e o sócio da Cunha Bueno Corretora de Seguros, Renato Cunha Bueno.

Mais informações no site [www.conec2008.org.br](http://www.conec2008.org.br).

O Grupo NotreDame Intermédica  
agradece aos seus clientes e  
comemora este grande marco:

MAIS DE

3.000.000

DE ASSOCIADOS

Intermédica  
1.701.000 vidas  
(Plano de Saúde)

Interodonto  
949.200 vidas  
(Plano Odontológico)

NotreDame Seguros  
127.300 vidas  
(Seguro Saúde)

RH Vida  
261.000 vidas  
(Saúde Ocupacional)

## "SUA SAÚDE POR INTEIRO"

Conquistar 3 milhões de associados não foi fácil. Foi preciso muito trabalho, estrutura, solidez e pioneirismo. O nosso grande diferencial foi perceber, antes de todos, que, tão importante quanto a cura, era promover a saúde e prevenir doenças. Por isso, criamos a GESTÃO INTEGRAL DE SAÚDE, que, há 26 anos, nos permite cuidar de SUA SAÚDE POR INTEIRO. E toda essa tradição e qualidade nos credencia a oferecer planos com a melhor relação custo-benefício do mercado. Faça como nossos associados: junte-se ao Grupo NotreDame Intermédica e deixe a gente cuidar da sua saúde por inteiro.



Grupo NotreDame  
Intermédica

Soluções em Saúde

# Consciência social uniformizada

Advogado da Minhoto é co-fundador de empresa que fabrica peças de vestuário para entidades assistenciais

Criada pelo advogado Paulo André Corrêa Minhoto, da Minhoto Advogados, e por sua esposa, Angela Moreira Minhoto, a Megafit é uma das cinco maiores confecções do segmento de uniformes do Brasil.

Toda sexta-feira, a empresa destina uma hora e meia de sua produção semanal para a fabricação de roupas infantis e outras peças de vestuário destinadas a entidades assistenciais como o Graacc (Grupo de Apoio ao Adolescente e à Criança com Câncer), Serviço Social Perseverança, de São Paulo, e o Instituto Boldrini, de Campinas.

## Compromisso e prática

O compromisso assumido pela Megafit, batizado de “Consciência Social”, teve início há aproximadamente dois anos, em uma iniciativa que partiu da sócia proprietária da Megafit.

“Responsabilidade social é um conceito em moda atualmente, entretanto muitas empresas pregam o ‘politicamente correto’, mas poucas são as que realmente conseguem praticá-lo”, afirma Angela.

“A Megafit não só exerce a responsabilidade social como difunde esses conceitos entre os colaboradores”, acrescenta a empresária.

Responsável pela confecção dos uniformes dos funcionários da seguradora Porto Seguro, além de redes varejistas e grandes montadoras, a Megafit não comercializa os retalhos e sobras de tecido por quilo, como é habitual no setor, optando por utilizar esse material para auxiliar entidades assistenciais.

O trabalho é realizado pelos próprios funcionários e os custos são todos absorvidos pela empresa, inclusive o transporte do material até as entidades. A quantidade da produção pode variar de uma semana para outra.

“Faço questão que todos os funcionários participem desse trabalho. Essa é uma forma de propagar os conceitos de comprometimento social e, ao mesmo tempo, serve como motivação profissional”, explica Angela.

O mercado de uniformes é um dos que mais cresce no setor têxtil. Esse fenômeno acontece porque o uniforme ganhou status no ambiente corporativo. O que antes tinha a função de apenas padronizar as vestimentas de seus funcionários, agora deve carregar também os conceitos da marca da organização e transmitir as características de eficiência e de qualidade da companhia. Além de oferecer conforto e praticidade aos funcionários.



Angela Moreira Minhoto - Megafit

## 15 anos de atuação

A Megafit atua há 15 anos exclusivamente no desenvolvimento e confecção de uniformes. Visando atender o mercado de uniformes promocionais, a Megafit em sua fase inicial trabalhava em parceria com as principais agências de comunicação, promoção e eventos do país.

Em 1998, foi convidada para desenvolver a padronização dos uniformes da Rede Carrefour em todo Brasil, da qual é fornecedora até hoje.

Com o sucesso da parceria, a empresa descobriu sua vocação para uniformes profissionais, consolidando-se como uma das maiores fabricantes do segmento no país.

102,5

## A Grande Jornada pelo Mundo dos Seguros

Toda segunda-feira, das 7 às 8 horas.

Apresentação: Pedro Barbatto Filho

Rádio Imprensa FM 102,5



# A melhor opção em odontologia para ampliar os negócios da sua corretora

Para cada realidade existe uma necessidade, por isso criamos soluções exclusivas e personalizadas para sua corretora e empresas clientes, sempre com a melhor relação custo x benefício e garantia de qualidade no atendimento em todo território nacional.



\*Fonte: ANS - Ranking de qualificação das operadoras de odontologia de grupo.

**1ª**  
NO RANKING  
ANS\*

**Top5**  
RH2008  
11º Top of Mind

**CADASTRE  
SUA  
CORRETORA  
E CONHEÇA  
NOSSOS  
DIFERENCIAIS**

A Prodent atua em conjunto com você corretor na formatação dos planos, implantação personalizada, gerenciamento de contas e suporte à equipe de RH, para garantir um atendimento ágil e eficiente, além da mais alta tecnologia e qualificação da rede credenciada.

[www.prodent.com.br](http://www.prodent.com.br) 11 3017-6075 [comercial@prodent.com.br](mailto:comercial@prodent.com.br)

**Prodent. A melhor assistência odontológica do Brasil.**

Uma das maiores e melhores empresas de assistência odontológica do país, apontada pela ANS com a maior nota no ranking de qualificação entre as operadoras de Odontologia de Grupo.

**Faça a escolha certa!**

Na hora de buscar os melhores benefícios para agregar ao seu portfólio e oferecer aos seus clientes, consulte-nos e solicite uma apresentação personalizada.

**Prodent**  
ASSISTÊNCIA ODONTOLÓGICA

**ANS-nº 38.004-1**

# CNSeg consolida representatividade do mercado segurador

## Entidade herda estrutura da Fenaseg e vai defender os interesses das federações nacionais do setor

A criação da CNSeg (Confederação Nacional das Empresas de Seguros Gerais, Previdência Privada e Vida, Saúde Suplementar e Capitalização), no dia 20 de agosto, recebeu o aplauso de companhias e personalidades do mercado.

Conforme explica o advogado e consultor Antonio Pentead Mendonça, cujo artigo “A confederação do mercado segurador”, saiu no dia 25 de agosto, em O Estado de S. Paulo, “sem uma Confederação própria, o setor estava de braços amarrados para ingressar em juízo na defesa de interesses e teses pertinentes às empresas componentes do sistema”.

O articulista esclarece que a Fenaseg não podia, dentro dos parâmetros legais, propor uma ação direta de inconstitucionalidade junto ao Supremo Tribunal Federal, por exemplo.

“Para que uma ação desta natureza fosse proposta, a Fenaseg tinha que pedir socorro para uma confederação estranha, mas amiga, e não dispondo de estrutura jurídica específica, a federação das seguradoras não apresentava a legitimidade legal indispensável para ingressar em juízo”, aponta.

### Força aumentada

Antonio Pentead Mendonça sustenta que, “com o novo desenho, os setores de seguros gerais, previdência privada e vida, saúde e capitalização passam a contar com a solu-



Antonio Pentead Mendonça

ção mais moderna possível, dentro do arcabouço sindical brasileiro”.

Ele considera que, assim, a CNSeg terá mais força, em comparação com a situação anterior. “Valendo-se da soma da atuação integrada das quatro federações específicas para cada setor e da Confederação, cada uma das atividades, sob o manto confederativo da CNSeg, terá sua força aumentada mais que proporcionalmente, já que disporá do auxílio de outras importantes atividades econômicas para dar suporte às suas posições”.

A CNSeg será presidida por João Elisio Ferraz de Campos, ex-governador do Paraná. “Homem habilidoso e profundo conhecedor dos meandros de cada uma das atividades sob seu manto, a CNSeg chega num momento importante para o desenvolvimento e consolidação do segmento segurador, visto em sua for-

ma mais abrangente”.

Para funcionar, a CNSeg vai herdar a “estrutura técnica” da Fenaseg. “Sem dúvida nenhuma, isso lhe permitirá entrar em campo pronta para funcionar eficientemente, assumindo de imediato as tarefas maiores que justificaram sua criação”, ressalta Mendonça.

“Com certeza, a entrada em cena da CNSeg, especialmente no momento em que o setor discute soluções inéditas para melhorar o grau de proteção oferecido para a população brasileira, é uma prova do grau de amadurecimento de atividades econômicas fundamentais, pelos serviços oferecidos”, conclui.

## Nova diretoria do Clube dos Corretores

Em assembléia realizada no dia 2 de setembro, foi aclamada a nova diretoria do Clube dos Corretores de São Paulo para o biênio 2008/2010 com os seguintes nomes:

**Mentor** - Nilson Arellano Barbosa

**Secretário** - Luiz Ioels

**Tesoureiro** - Flávio Bevilacqua Bosisio

**Junta Fiscalizadora** - André de Cicco Juliao, Cláudio Cambraia da Silveira e Richard Hessler Furck

A posse está marcada para o dia 7 de outubro.

# 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 tranqüilidade sobre qual tipo de apólice comprar.

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

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

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

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

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

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

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



**ENGEVAL**<sup>®</sup>  
ENGENHARIA DE AVALIAÇÕES

# Campanha promove Código de Ética do Corretor de Seguros

Tarcísio Meira foi o ator escolhido para peças publicitárias inseridas nos intervalos do Jornal Nacional

A divulgação do Código de Ética do Corretor de Seguros começou no dia 18 de setembro. Encenada pela Fenacor, a primeira peça publicitária foi ao ar na Rede TV, às 8h25, mostrando o ator Tarcísio Meira como âncora de um telejornal que apresentava depoimentos de personalidades sobre o Código.

Participaram os presidentes da Fenacor, Roberto Barbosa; da Fenaseg, João Elísio Ferraz de Campos; da Escola Nacional de Seguros (Funenseg), Robert Bittar, além do

superintendente da Susep, Armando Vergílio dos Santos Junior.

Na semana seguinte, a campanha teve continuidade com novas inserções publicitárias, também estreladas por Tarcísio Meira.

Falando sobre a importância do Código e incentivando o consumidor a contratar seguros apenas com corretores adeptos, o ator apareceu diante de fundo branco que destacava palavras como “ética” e “responsabilidade”.



Roberto Barbosa - Fenacor

## Susep lança alerta contra golpes no seguro

A Susep adverte que estelionatários vêm causando prejuízos a cidadãos. Entre os golpes mais aplicados está a oferta do resgate de seguros e planos de previdência adquiridos no passado, mediante o pagamento prévio de valores a título de custas para liberação do resgate.

Na maioria dos casos, quando do contato feito pelos estelionatários, as empresas onde os seguros foram contratados já encerraram suas atividades, encontrando-se sob regime de liquidação extrajudicial.

Contudo, os liquidantes, designados pela Susep para vender os ativos das empresas em liquidação com o objetivo de pagar os credores (incluindo os segurados e beneficiários), em nenhuma hipótese solicitam pagamento

prévio de qualquer valor para liberação de benefícios, e quando é feito contato com qualquer pessoa para recebimento de valores, este é realizado de maneira formal, normalmente por carta ou edital.

Portanto, qualquer ligação telefônica, e-mail, ou contato feito por pessoa se identificando como servidor da Susep, onde seja solicitado qualquer tipo de pagamento para resgatar direitos referentes a planos contratados no passado, trata-se de tentativa de golpe, e deve ser denunciado imediatamente.

A Susep disponibilizou, inclusive, um espaço exclusivo para denúncias e esclarecimento de eventuais dúvidas dos consumidores, através do link: <http://www.susep.gov.br/faleconosco/faleconosco.asp>

Nesse endereço, o denunciante pode indicar o assunto, entre as opções “Informações sobre Legislação e Normas relativas aos mercados de Seguros, Capitalização e Previdência Complementar Aberta”; “Atendimento ao público”; “Questionamentos sobre Seguros, Capitalização, Previdência Complementar Aberta, Corretores ou Empresas de Corretagem”; “Informações sobre estatísticas dos mercados controlados, boletins, envio de dados estatísticos (Circular 197/02), sistemas Autoseg e de Crítica de Dados”; “Solicitação de Audiência ou Reuniões com agentes públicos em exercício na Susep, formulada por particulares de entidades supervisionadas ou não”; “Sugestões e problemas técnicos relativos ao website”.

**BB Seguro Saúde**

Rede referenciada **SulAmérica**  
membrado em ING

Srs. Corretores,

A BB Seguro Saúde comemora junto com seus parceiros a retomada de seu crescimento, a partir de 2007.

A excelência do trabalho do corretor aliada à qualidade dos nossos produtos e serviços não poderiam ter outro resultado senão o sucesso da parceria.

Parabéns aos corretores de seguros que, por meio de sua atividade, contribuem para o desenvolvimento do seguro.



**SINCOR SP**

O corretor de seguros age como verdadeiro assessor e defensor do segurado. Parabéns a todos que engrandecem essa profissão e mostram à sociedade que "seguro é um bem necessário", deixando a certeza de que "seguro, só com o corretor de seguros"!

Uma homenagem do Sincor-SP

A revista Seguro Total, o portal Planeta Seguro e o Clipping-Seg Total juntamente com as seguradoras, entidades do mercado e as empresas prestadoras de serviços, desejam um ótimo Congresso e excelentes negociações a todos os Corretores de Seguros do Brasil.



**RSA**



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

É muito bom saber que nossas soluções estão em boas mãos. Feliz Dia do Corretor!

"Amigo corretor nesta data tão especial, o CVG-SP deseja a você muita VIDA em seus negócios, com muita SAÚDE, com um futuro garantido pela PREVIDÊNCIA, a sorte da CAPITALIZAÇÃO, e um grande sorriso do DENTAL. Parabéns!"



Clube Vida em Grupo São Paulo  
Associação de Profissionais de Seguros de Pessoas e Benefícios

**FENACOR**

A FENACOR parabeniza os Corretores de Seguros, que tanto contribuem para a proteção da sociedade brasileira e para o desenvolvimento da economia nacional, pelo transcurso do "Dia do Corretor de Seguros", neste 12 de outubro.

Na SulaCap, há 79 anos, todo dia é dia do Corretor.



# BB Seguro Saúde se aproxima do crescimento previsto para 2009

## Consolidação do projeto Corretor Parceiro acelera ritmo de expansão da seguradora

Quinze meses após iniciar uma profunda reestruturação no seu modelo de negócios, a BB Seguro Saúde, fruto de uma associação entre o Banco do Brasil e a SulAmérica, já prepara a segunda revisão do plano estratégico que deu origem às mudanças.

O desafio de então era dobrar a carteira de 75 mil vidas no período 2007-2010, revertendo forte tendência de queda no volume de negócios. Mas ao fim do primeiro semestre deste ano a seguradora já se aproximava das projeções de ampliação da carteira feitas para 2009 – fixada em 130 mil vidas seguradas – razão pela qual todas as estimativas estão sendo revistas para cima.

“Isso é reflexo da consolidação do projeto de parcerias com corretores



Edson Monteiro – BB Saúde

especializados, eixo do nosso novo modelo de comercialização de seguro-saúde”, afirma o presidente da seguradora, Edson Monteiro.

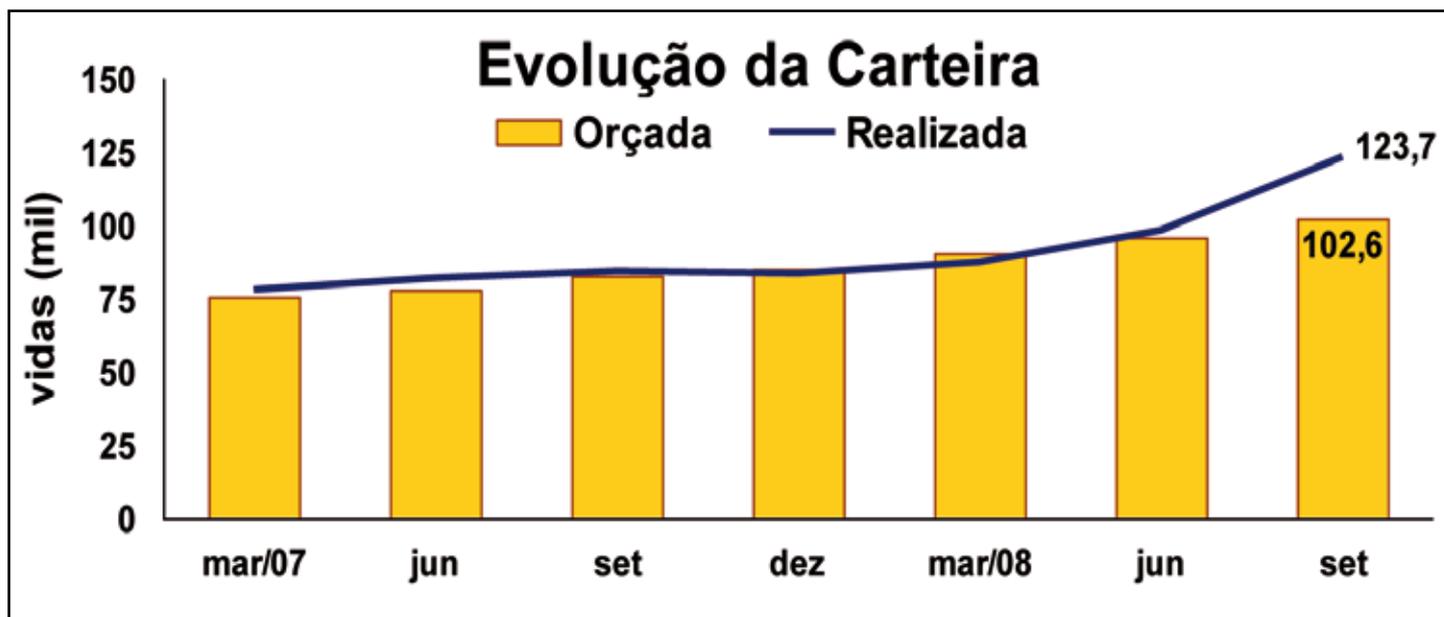
Iniciativa inédita no conglomerado BB, o projeto Corretor Parceiro

começou no Rio e em São Paulo e já se estendeu para Pernambuco, Bahia, Paraná e Distrito Federal.

“Nosso objetivo é crescer de maneira consistente e sustentável e isso implica desde a seleção criteriosa dos corretores parceiros até o desenvolvimento de soluções tecnológicas capazes de dar suporte ao relacionamento dos agentes envolvidos”, diz Monteiro.

“O novo modelo foi inovador, pois representou o início da segunda onda dos negócios de seguros no conglomerado BB, em parceria com os corretores independentes”, completa Monteiro.

Segundo ele, a mudança veio garantir atendimento exclusivo e especializado aos clientes e, ao mesmo tempo,



permitiu reduzir custos operacionais, ao liberar a força de vendas para atuar na prospecção de outros negócios nas agências do BB.

Como é o Banco que pré-seleciona listas de clientes a serem abordados, as agências também recebem parte do comissionamento de vendas.

Os corretores parceiros, por sua vez, atuam em uma ou mais agências, dependendo de sua capacidade de produção e trabalham com uma carteira seletiva, previamente referendada pelo Banco, o que, além de reduzir riscos, amplia significativamente a chance de efetivação de novos contratos.

Como estímulo adicional aos parceiros, a seguradora criou uma promoção que premia corretores por desempenho de vendas, com distribuição de TVs LCD, aparelhos de DVD e outros eletroeletrônicos.

Atualmente, o projeto envolve

52 corretores abrangendo negócios potenciais com mais de 10 mil empresas.

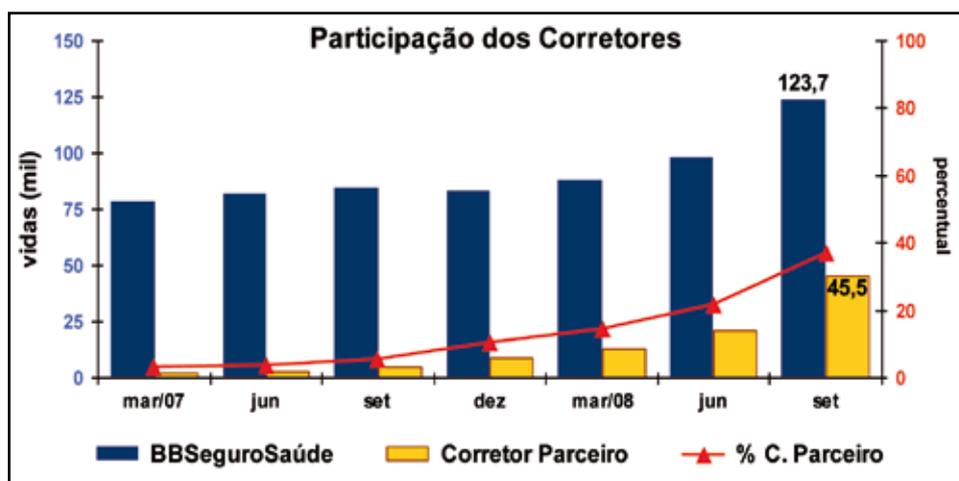
### Novo perfil da carteira

A mudança no modelo de atuação exigiu ajustes do portfólio, fortes investimentos em tecnologia da informação, revisão de processos operacionais e sistemas de retaguarda, bem como a

criação de soluções diferenciadas de comercialização.

Os resultados se evidenciam no desempenho registrado até agosto – a receita de prêmios alcançou os R\$103,3 milhões, avanço de 21% em relação a igual período do ano anterior – mas também no perfil da carteira.

A participação dos negócios realizados pelos parceiros já representa cer-



## Palavra-chave das mudanças: inovação

O novo ciclo de crescimento teve o suporte de outras iniciativas que permitiram à BB Seguro Saúde oferecer soluções inovadoras tanto no que diz respeito ao relacionamento com os agentes envolvidos diretamente na comercialização – agências do BB e corretores – como no atendimento a clientes.

Além de renovar o parque tecnológico, a seguradora desenvolveu uma série de sistemas em plataforma WEB, transformando seu site em um portal transacional, integrando em ambiente único parceiros, colaboradores, clientes e os processos relacionados ao negócio.

Merece destaque o desenvolvimento e implantação do módulo Gestão Integrada de Negócios (GIN), facilidade

que permite que corretores acessem pela Internet listas de clientes indicados pelo Banco do Brasil e acompanhem o status de cada proposta.

Os gerentes do Banco, por sua vez, também enxergam o desempenho dos parceiros nas agências e praças de sua responsabilidade. Também foram desenvolvidos sistemas para simulação e cotações via internet e, em breve, será implantado um sistema de geração de propostas comerciais automatizado.

O sistema de busca para acesso à rede referenciada também ganhou facilidades no novo portal, tornando rápida a localização de prestadores credenciados pela seguradora.

Fora isso, clientes BB Seguro Saúde passaram a dispor de um sistema simplificado de contratação. A seguradora

registrou em cartório as Condições Gerais, Condições Particulares e Cláusula Opcional de Remissão. Ao dar fé pública a esses documentos – também acessíveis por meio do portal BB Seguro Saúde – o processo foi padronizado, podendo ser customizado, caso necessário, por meio de aditivo contratual.

No ato de contratação, agora o cliente assina um único documento: a Proposta de Seguro. Disponível desde fevereiro de 2008 para o BB Seguro Saúde Padrão – produto com rede de assistência regional (ver box) – a facilidade já está disponível para o BB Seguro Saúde Empresarial, carro-chefe da linha de produtos e, ainda neste semestre, se estenderá a todo o portfólio.

ca de 40% das vidas seguradas. “Mais do que ganhos de competitividade, as parcerias nos deram mais flexibilidade e agilidade para atendimento de novas demandas. Garantiram, ainda, a pulverização dos riscos da carteira, criando as condições para a que a expansão da seguradora aconteça de maneira sólida e continuada”, assinala o presidente da seguradora, Edson Monteiro.

Em julho, pelos critérios da Agência Nacional de Saúde, a BB Seguro Saúde passou a ser classificada como seguradora de grande porte ao registrar 115 mil vidas seguradas em carteira. Em agosto, esse volume saltou para 122,6 mil vidas.

Com foco no mercado corporativo e atenção especial ao segmento das



micro e pequenas empresas, também pesou no resultado da companhia a atuação em novo nicho de mercado, o dos chamados Grupos de Afinidades

- formados por cooperativas, sindicatos, associações de classe e segmentos afins - para comercialização de produtos por adesão.

## Para todos os bolsos

“O projeto Corretor Parceiro promoveu ganhos de toda ordem e, muito especialmente, no relacionamento com clientes, o que vem influenciando diretamente a condução dos nossos negócios”, diz Edson Monteiro.

Segundo o executivo, é da natureza do próprio trabalho do corretor aprofundar o conhecimento sobre as necessidades dos clientes, fruto da relação de confiança e proximidade que acabam desenvolvendo.

“Essa condição nos permite identificar com muita agilidade a existência de novas demandas”, avalia. Foi com base nessa premissa que a BB Seguro Saúde desenvolveu um seguro-saúde de baixo custo, voltado apenas para empresas com atuação local, oferecendo acesso à rede de assistência regional”, acrescenta.

O BB Seguro Saúde Padrão, lançado em março, foi desenhado sob

medida para empresas que não precisam de assistência de rede referenciada de médicos, laboratórios e hospitais de âmbito nacional.

Com custo até 38% inferior aos produtos convencionais disponíveis no mercado, o novo produto ultrapassou cinco mil vidas contratadas em apenas cinco meses de comercialização. Disponível em duas modalidades - para o segmento PME, com grupo segurável de três a 49 vidas e Empresarial, para grupo segurável acima de 50 vidas - o BB Seguro Saúde Padrão pode ser adquirido por empresas de qualquer porte sediadas nos estados do Rio de Janeiro, São Paulo e Minas Gerais.

A seguradora vai estender o produto para os estados do Paraná, Bahia, Espírito Santo e Distrito Federal. Está em fase final de ajuste uma versão para comercialização por meio da modalidade Coletivo

por Adesão.

Segundo Edson Monteiro, o desempenho do Padrão evidencia a existência de uma forte demanda por um seguro-saúde capaz de conjugar preço atraente com a mesma qualidade de atendimento dos planos tradicionais.

“O produto veio suprir necessidades bem específicas. Isso nos permitiu promover redução significativa no custo do seguro saúde”, afirma.

Como parte da estratégia de ganhar competitividade e share, vale registrar que a BB Seguro Saúde praticou um dos menores índices de reajuste do mercado: 6,85% para os contratos com mais de 12 meses de vigência. Os contratos com menos de um ano foram ajustados proporcionalmente, na razão de 1/12 avos daquele índice para cada mês de vigência.

Mapa do Site

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

Busca no Site

**Destacados** São Paulo, quarta-feira, 24 de setembro de 2008

**Publicidade**

**Bolsas européias caem com bancos e previsões de desaceleração**  
Fonte: Folha de São Paulo

**Carglass participa da Semana do Trânsito em Cubatão**  
A Carglass do Brasil, líder mundial em troca e reparo de pára-brisas, em parceria com a Marítima...[\(Leia mais\)](#)

**Corretoras buscam novas parcerias para ampliar vendas**  
A ampliação e o aquecimento do mercado brasileiro de seguros nos últimos anos ...[\(Leia mais\)](#)

**Chubb participa do seminário sobre Responsabilidade Civil D&O**  
A Chubb, Seguradora platinum do mercado, através da sua regional do Paraná e Santa...[\(Leia mais\)](#)

**Marítima Seguros recebe o prêmio de Melhor Case de TI, na categoria Saúde**  
A apuração e escolha foram feitas pela redação da Revista Info CORPORATE e pelo Gartner...[\(Leia mais\)](#)

**Últimas Notícias**

.: quarta-feira, 24 de setembro de 2008

- Parceria SulAmérica e BB indigna corretores de todo o país...
- Por que a AIG foi salva...
- Tokio Marine patrocina ciclo de palestras do Sincor-SP...
- Lei Seca ainda longe dos prêmios de seguros...
- Falta conhecimento sobre mercado segurador...
- Emergentes são alvo de seguradoras externas...

.: terça-feira, 23 de setembro de 2008

- J. Malucelli é 1º resseguradora do país a obter rating internacional...
- Presidente da Mapre é eleito o "Homem de Seguro" do an...
- AIG sobe 43%...
- Fitch vê potencial de alta para o mercado brasileiro de seguros...

Todas notícias

Tempo Agora  
Belo Horizonte-MG  
QUA-24/09  
MÁX. 28 °C  
MÍN. 13 °C  
CHUV. 0mm  
DOUÇAS TRÊS

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.



# Lincx está entre as 100 empresas que mais crescem no Brasil

Empresa registra crescimento consecutivo de 25% nos últimos anos e de 73% no primeiro semestre

A Lincx Serviços de Saúde foi eleita em setembro como uma das 100 empresas que mais crescem no Brasil, segundo levantamento da consultoria Deloitte em parceria com a Revista Exame PME – Pequenas e Médias Empresas. O resultado pode ser conferido na Revista.

Com um crescimento consecutivo de 25% nos últimos anos, a curva ascendente de crescimento da Lincx mostra que a empresa está no caminho do desenvolvimento sustentável.

Nos primeiros seis meses de 2008, a Lincx apresentou faturamento de R\$ 71 milhões, contra os R\$ 41 milhões no mesmo período de 2007, o que representa um acréscimo de 73%. Até o final deste ano, o faturamento deve atingir R\$ 145 milhões.

## Trabalho sério

“A pesquisa da Deloitte e Exame PME comprova o resultado de um trabalho que a Lincx vem realizando nos seus 15 anos de trajetória, sempre com o foco em serviços diferenciados e personalizados pra encantar o cliente. Não

conquistaríamos esse reconhecimento sem o compromisso de toda a equipe de colaboradores que fazem a Lincx ser diferente”, conta Silvio Corrêa da Fonseca, presidente da empresa.

Para Eduardo Bar, diretor Comercial da Lincx, o crescimento apresentado é fruto de um ótimo trabalho de gestão de pessoas, investimento em tecnologia e persistente busca da excelência e personalização dos serviços de saúde.

“Nosso crescimento será ainda mais expressivo com a abertura do Canal Corretor, que tem como objetivo a comercialização de nossos produtos, sempre visando a ética e qualidade de nossos parceiros”, explica Bar.

## Qualidade e exclusividade

Fundada por médicos em 1994, a Lincx Serviços de Saúde é um plano voltado para pessoas que exigem qualidade e exclusividade. Hoje, os planos médico e odontológico da companhia são reconhecidos pelo RH das empresas como ferramentas para retenção



Silvio Corrêa Fonseca - Lincx

de grandes talentos.

Entre os principais diferenciais da Lincx, estão o corpo médico e odontológico credenciados e o serviço de atendimento clínico 24 horas, seja em domicílio ou no escritório.

Além de um seleto grupo de corretores, a Lincx tem em seu quadro promotoras que freqüentam o prestigiado círculo da sociedade paulista. A empresa está presente em São Paulo, Rio de Janeiro e Londrina.

## Site de grande audiência

A Lincx recebe 18 mil visitas por dia no endereço [www.lincx.com.br](http://www.lincx.com.br). Entre os diversos links, o que ganha maior destaque é o Saúde da Mulher, com 90% dos acessos.

“Desde o início, o objetivo do site era prestar serviços aos nossos beneficiários, esclarecendo dúvidas. Mas é bom ressaltar que não procuramos

substituir a orientação médica pessoal, no consultório, essencial para um diagnóstico correto”, afirma Silvio Corrêa da Fonseca, presidente da Lincx.

O internauta pode encontrar ainda entrevistas e artigos de tops da medicina brasileira. Também através do site, os médicos credenciados

respondem às principais dúvidas dos visitantes.

Em 2007, o site registrou três milhões de visitas. A expectativa para 2008 é crescer 30% em volume de acessos. Essa projeção deve-se à reformulação do site, que trará novidades aos internautas. As mudanças devem acontecer no segundo semestre.

# SALVADO ON-LINE

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

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

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

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



**Sistemas  
Seguros**

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

**Sistemas Seguros Tecnologia de Sistemas Ltda.**

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

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

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

# DexTotal: gestão de saúde com ganhos operacionais e ambientais

Ao adotar o sistema DexTotal, a operadora ou seguradora de saúde ganha aumento de agilidade e qualidade do processo de gestão como um todo, uma vez que ele permite mais consistência dos dados, elimina falhas de inserção e validação das informações, personalizando os procedimentos de acordo com o cliente. Com a automatização, economiza na utilização de papéis e contribui com o meio ambiente.

Para Sérgio Monaco, diretor de Marketing e Vendas da DexBrasil, a empresa procura desenvolver soluções preparadas para o futuro, com tecnologias que utilizam a Internet como meio de agilizar processos e eliminar “retrabalhos”.

“Considero que existem, atualmente, tecnologias e soluções altamente eficientes que o mercado pouco conhece. O DexTotal traz melhoria na performance dos negócios, reduzindo notadamente os custos ao desmaterializar processos”, explica.

## Case Allianz

Um exemplo de sucesso do DexTotal acontece na Allianz Saúde, que implantou o sistema no início de 2003. Antes dele, as faturas eram em papéis, enviadas impressas e en-

velopadas, gerando 30 mil folhas de documentos.

“Hoje, quando chega o dia anterior à emissão de tudo isso o sistema elabora todos os faturamentos e os envia eletronicamente”, conta Monaco.

Para evitar que haja algum problema de recebimento do e-mail, o material fica disponível para visualização no sistema, pela internet, por seis meses. Isso dá inclusive uma mobilidade muito grande, já que as pessoas podem visualizar on-line, sem que haja emissão dos documentos físicos.

O ambiente web possibilita ainda agendar pagamento eletrônico. É uma economia de trabalho, papel e árvores – cada tonelada de papel é responsável pelo corte de 20 a 30 árvores.

Essa desmaterialização dos processos vem ao encontro de uma importante iniciativa de automatização no mercado de seguros saúde. Criada pela Agência Nacional de Saúde (ANS), a TISS (Troca de Informações em Saúde Suplementar) é uma medida que determina que transações como guias médicas e prestação de contas entre operadoras de saúde e prestadores de serviços sejam feitas por meio eletrônico e não mais em papel.



Sérgio Monaco - DexBrasil

## Organização internacional

A DexBrasil, situada em São Paulo, faz parte do DexGroup que oferece soluções em Tecnologia da Informação, operando em vários segmentos, com destaque aos de seguros e saúde.

É uma organização internacional, com sede em Londres, que iniciou suas atividades em 1982, fornecendo soluções para seguradoras e corretores de seguros.

Esses serviços compreendem desde avançados sistemas de informação e infra-estrutura de suporte operacional, até a consultoria em negócios. Além de outras empresas, faz parte do DexGroup a DexAfrica, sediada em Johannesburg (África do Sul).

## Conectividade como diferencial

O DexTotal atua de forma totalmente integrada. Criado em ambiente 100% web, faz todo trabalho de administração (controle de informações, gerenciamento das contas médicas).

Seus recursos facilitam a utilização dos serviços por todas as partes envolvidas no processo: operadora (medicinas de grupo, seguradoras, cooperativas médicas, autogestões), prestadores de serviços,

médicos, corretores de seguros e clientes do plano.

Além disso, a conectividade do sistema permite seu acesso através da internet, até mesmo por meio de celulares ou palmtops.

# Mudanças no mercado de resseguros aumentam demanda por soluções de TI

## Após abertura do mercado de resseguro, seguradoras buscam soluções de Tecnologia da Informação aderentes às novas regras

As contratações de seguro Garantia entraram em uma nova fase. Após a abertura do mercado de resseguros, que antes era exclusividade do IRB Brasil Re (antigo Instituto de Resseguros do Brasil), as seguradoras que operam no ramo Garantia precisaram se adequar às novas regras para obtenção de recursos de outros players que ingressaram nesse mercado.

Atualmente, existem três companhias locais, além de outras 17 internacionais, que podem atuar como resseguradoras de empresas brasileiras. Com isso, a quantidade de normas que precisam ser atendidas cresceu bastante. Algumas oferecem uma espécie de linha de crédito para as seguradoras do ramo Garantia poderem finalizar seus contratos.

Uma das companhias que sentiu a necessidade de mudanças foi a Berkley Internacional. “O sistema tem de estar adequado ao mercado aberto, que exige um detalhamento muito maior do perfil da carteira de negócios da companhia”, explica Luciana Natividade, diretora Comercial da seguradora.

O seguro Garantia tem por finalidade assegurar o cumprimento de contratos, cobrindo os eventuais prejuízos causados por alguma “quebra” no acordo. Geralmente este seguro é utilizado na construção civil, principalmente em grandes obras como a construção de viadutos e es-

tações de metrô. Entretanto, pode ser aplicado também em contratos de prestação de serviços, fornecimento e obrigações aduaneiras.

Para atender a essas necessidades, a I4Pro – empresa especializada em Tecnologia da Informação para seguradoras - foi chamada para implementar as mudanças necessárias na aplicação e nos processos. O sistema desenvolvido ajuda a dimensionar o contrato de acordo com o perfil do cliente e contribuiu também para a negociação de uma linha de crédito melhor.

### Parametrização ampla

A implementação realizada confere ao sistema uma parametrização ampla de contratos de resseguro e do processo de emissão, permitindo um apontamento imediato das diretrizes finais de cada apólice.

“Aumentamos a nossa capacidade de reter negócios e riscos, facilitamos a renovação de contratos internacionais e tornamos todo o processo auditável”, comemora Luciana.

“A correta e completa administração de resseguros é peça fundamental para qualquer sistema moderno de Suporte Integrado aos Processos de Negócios, razão pela qual foi implementada no I4Pro ERP. O momento é de mudança positiva. Nossa empresa está engajada em tornar a administração de resseguros transparente aos clientes, adap-



Mauricio Ghetler – I4Pro

tando os produtos da I4Pro às necessidades apontadas”, afirma o diretor de Marketing, Mauricio Ghetler.

Outra evolução foi a implementação de documentos assinados digitalmente, que conferem agilidade em todo o processo de geração, aprovação e envio das apólices para tomadores, corretores e clientes. Com o mesmo valor de uma assinatura no papel, a eletrônica torna possível o envio de originais para parceiros de negócios via internet sem precisar imprimi-los. As apólices podem ser emitidas online - tanto pelo tomador, como pelo segurado.

Os investimentos em TI devem impulsionar ainda mais os negócios da Berkley. A companhia calcula que o seu market share deve saltar dos atuais 7% para 12% em 2009. O valor de prêmios emitidos deve chegar a R\$ 30 milhões ao final deste ano, mais do que o dobro registrado em 2007, quando a companhia contabilizou 12 milhões.

ESPEITO RESPONSABILIDADE RESPEITO TRANSPARI  
ÉTICA MORAL TRANSPARÊNCIA ÉTICA MORAL

estratégica



# Agora, com o Código de Ética dos Corretores, você vai ficar ainda mais seguro.

Em um relacionamento, nada é mais importante que a transparência e a seriedade. Principalmente quando esse relacionamento garante a segurança do seu patrimônio, sua vida e a tranquilidade da sua família.

Foi pensando nisso que o Conselho Nacional de Seguros Privados, órgão que regula o mercado de seguros brasileiro, reconheceu como válido e aplicável o Código de Ética dos Corretores de Seguros, que vai pautar a conduta desses profissionais – preservando a transparência, a responsabilidade e a retidão em todas as relações com clientes e seguradoras.

A partir de agora, quando pensar em seguro, consulte um corretor de seguros e verifique se ele aderiu ao Código de Ética.

Dia do Corretor, 12 de outubro.  
Além dos parabéns, vocês merecem  
toda a nossa confiança.

Saiba mais no site [www.fenacor.com.br](http://www.fenacor.com.br)  
ou ligue grátis para 0800 701 9757  
de 8h30 às 17h30.

**FENACOR**

Seguro, só com o Corretor de Seguros

**SINCOR**

**Quem  
tem é  
CorretoR**

# Call centers sob medida para seguradoras

Por Paulo Antonio de Almeida \*

“Disque 1 se você já é cliente, 2 se você (ainda!) não é, 3 para reclamações ... ou 9 para falar com um de nossos atendentes”, desde que você não se canse de esperar na linha, claro. Quem nunca teve que passar por essa verdadeira tortura auditiva e digital? Haja dedo para digitar tantos números, códigos e opções.

Mas, o que muita gente não sabe é que isso é apenas a ponta do iceberg que nasceu na indústria de software e rapidamente se alastrou para todo e qualquer serviço dirigido aos usuários e consumidores finais. Trata-se da filosofia “good enough”, que na sua origem era responsável pelo lançamento de software que fosse “útil o suficiente” (‘good enough software’), mesmo que ainda apresentasse defeitos, erros ou comportamento indesejável.

Sobram para o usuário, eventualmente afetado pelas falhas, as consequências que elas podem provocar em seus negócios, seus estudos e até mesmo em sua própria vida. Existe uma relação entre essa filosofia de trabalho e o conceito popular americano que explica as coisas indesejáveis que acontecem na realidade cotidiana, o simples “shit happens”.

Por essa filosofia, o conceito de qualidade deixa de ser o clássico “a satisfação do cliente” e basta ser “um produto suficientemente bom”

para resolver os problemas mais comuns da maioria dos usuários.

Há um mês, o presidente Lula sancionou as novas regras para o atendimento em call centers. Mas, será que basta decretar novas regras para o atendimento dos mesmos processos que hoje já são suportados pelas centrais? E quanto aos processos que vão além do “good enough”?

As respostas para as perguntas podem variar entre os setores. O prazo de adequação é considerado curto por muitas empresas, mas, para algumas seguradoras, nas quais a atuação das centrais de atendimento são literalmente vitais, uma outra oportunidade deve ser percebida.

Quem já investe na expansão de call centers sabe que, pela nova lei, cinco dias é o prazo máximo para a resolução dos problemas reclamados. Além disso, o atendimento será de 24 horas, todos os dias. Estão condenados os menus extensos, a comunicação inicial deve ser com o atendente e a ligação do usuário só pode ser transferida uma vez.

No setor securitário, sobretudo nos serviços de saúde, a utilização e promoção da interatividade do call center é fundamental. Gestores da área sabem que a reorganização de dados com segurança é indispensável para um serviço que “informatiza” processos e dados relacionados

ao atendimento de vidas, o que pode ser decisivo no atendimento rápido e eficiente de um segurado.

Se as novas regras são exigentes demais, as seguradoras podem enxergá-las como um desafio para prover atendimento cada vez mais qualificado e alinhado às necessidades do usuário final dos serviços e funções complementares da saúde.

É da natureza dos call centers desse setor a interação entre os provedores dos serviços de saúde e os segurados. Neste caso, novas regras que simplificam e humanizam o atendimento são bem-vindas e favorecem a todas as seguradoras conhecedoras da boa estratégia que é oferecer uma navegação simples, rápida e eficiente ao segurado. Não atendê-las, além de contrariar as premissas da interação humana entre seguradora e segurados, significa permanecer ajustado ao sistema que, diante das falhas, reserva ao consumidor apenas o direito de reagir com o velho “shit happens”.

\* Paulo Antonio de Almeida é presidente da KPO Consulting and Educational Services.





**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

**SulAmérica**associada ao **ING** 

**VENDER CAPEMISA  
É PRA QUEM GOSTA:  
1- DE VENDER MUITO  
2- DE GANHAR  
DINHEIRO.**

A Capemisa valoriza o trabalho dos Corretores de Seguros. Para tanto, lança produtos novos e completos para que você, corretor, possa conquistar mais clientes e ganhar muito com isso. Cadastre sua corretora no site [www.capemisa.com.br](http://www.capemisa.com.br) e seja nosso parceiro.

**CAPEMISA. PORQUE O FUTURO É PARA TODOS.**

12 de outubro, Dia do Corretor.  
Saber em quem confiar é a melhor forma de ficar seguro.