

REVISTA

SEGURO TOTAL

Ano IX
Nº 91 - 2009
R\$ 12,00



**CVG/SP
anuncia projetos
para gestão
2009/2010**

ESPECIAL
FUNENSEG
(Escola Nacional
de Seguros)

Osmar Bertacini, presidente do CVG/SP



ESCOLA NACIONAL de SEGUROS
FUNENSEG

As melhores publicações sobre seguros agora na rede!

Principal fomentadora de literatura especializada em seguros, a Escola Nacional de Seguros – Funenseg acaba de criar um novo serviço que irá democratizar o acesso às publicações que edita: o **Acervo Digital**.

Hospedado no www.funenseg.org.br, o ambiente é gratuito e conta com mais de 100 títulos digitalizados, de diversas séries e coleções:

- Cadernos de Seguro – Teses
- Em Debate
- Estudos Funenseg
- RBRS
- RBRS International
- Dicionário
- Publicações técnicas

A pesquisa no Acervo Digital é simples. Basta clicar no "Acesso Rápido" ou nos links "**Biblioteca**", "**Publicações**" (qualquer um dos sub-links) e "**Pesquisa**" (sub-link Programa de Apoio à Pesquisa) e fazer a consulta pelo título da obra ou busca por qualquer palavra-chave. O sistema garante rápida navegação e resultado imediato. Entre no www.funenseg.org.br e conheça agora mesmo esta nova ferramenta.



 ESCOLA NACIONAL de SEGUROS
A Escola de Seguros do Brasil!

Trabalho, experiência e paixão

Quem analisar a história dos seguros no Brasil, logo vai perceber que nada foi conquistado da noite para o dia. Se hoje nossas seguradoras podem se orgulhar de solidez invejável, em comparação com outros países, é porque todas fizeram a lição de casa com rigor.

O sucesso se deve muito a profissionais que há décadas conduzem o mercado para movimentos de contínua evolução. É a voz do trabalho e da experiência na busca da por inovações e resultados.

Nesta edição, temos dois exemplos de figuras notáveis – cujas trajetórias se confundem com o progresso do nosso mercado segurador: Osmar Bertacini e João Leopoldo Bracco de Lima.

Bertacini tem quase 50 anos de mercado, João Leopoldo completou o cinquentenário em janeiro. Ambos têm muitas histórias para contar e, o que é melhor ainda, continuam com diversos projetos e objetivos, como você pode ler na matéria de capa e no Especial Funenseg, respectivamente.

O que dá para perceber nitidamente é que a tecnologia de hoje é indispensável, mas ninguém, nem nenhuma seguradora, estaria na posição atual se não contasse com pessoas tão dedicadas e apaixonadas pelo universo dos seguros.

Essa é a fórmula simples para atingir a meta de termos um mercado ainda mais maduro e consistente, cujo porcentual do PIB alcance os níveis do mundo desenvolvido: trabalho, experiência e paixão.

Sumário

4 a 12

ACONTECE

14 a 17

CAPA

18 a 23

ESPECIAL

24

EVENTO

26 e 27

VITRINE

28 a 36

MERCADO

38 a 40

DEBATE

41

RESPONSABILIDADE SOCIAL

42

ARTIGO

Expediente

Edição Nº 91 - Ano IX

Editor

José Francisco Filho
MTb 33.063

Jornalista Responsável

Pedro Duarte - MTb 25.286
pedro@revistasegurototal.com.br

Diretor de Marketing

André Pena
andre@revistasegurototal.com.br

Diretor Comercial

José Francisco Filho
francisco@revistasegurototal.com.br

Publicidade

Graciane Pereira
graciane@revistasegurototal.com.br

Designer Gráfico

Cleber Fabiano Francisco

Webdesign

Lucasz Izai Torres Fokin

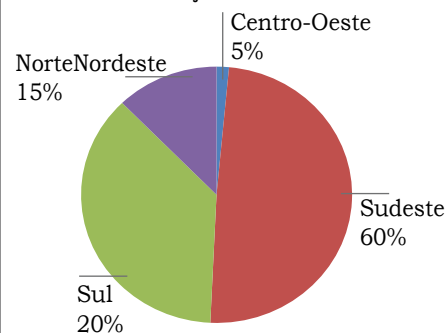
Periodicidade: mensal

Edição Final

Publiseg Editora Ltda.
seguro-total@uol.com.br
Redação, administração
e publicidadeRua 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


www.planetaseguro.com.br

Swiss Re divulga dados preliminares sobre catástrofes ambientais

As mudanças climáticas continuam acionando alerta vermelho no setor de seguros pelo aumento vertiginoso da sinistralidade - e também pela ameaça à vida humana e à economia do planeta.

A Swiss Re, empresa que há décadas estuda o assunto e publica anualmente um estudo detalhado sobre as principais catástrofes e seus prejuízos à humanidade, acaba de divulgar dados preliminares da pesquisa que será divulgada em março.

De acordo com Alayna Francis, gerente de Comunicação de Swiss Re, a reputação da empresa é baseada na força financeira e no seu conhecimento de mercado, o que é amplamente respeitado. “Como especialista em capital e risco, a companhia agrega valor aos negócios de seus clientes, antecipando e analisando cenários que afetam os negócios, a sociedade, a economia e o meio ambiente. Isso ajuda os clientes e, no nosso dia-a-dia, na atuação da empresa – que é o negócio do risco”.

Alayna acrescenta que a Swiss Re tem uma longa história de compartilhar seu conhecimento e experiência com os

clientes e outros públicos. “A unidade Economic Research & Consulting faz análises de questões econômicas, financeiras e de seguros, identifica oportunidades de negócios e divulga esse conhecimento através dos estudos Sigma. O Swiss Re’s Centre for Global Dialogue, em Rüschlikon, é a plataforma ideal para expor as opiniões e ideias da companhia, gerando conhecimento e consciência entre os vários públicos de interesse”.

De acordo com estimativas iniciais da resseguradora, mais de 238 mil pessoas morreram em catástrofes naturais e em catástrofes provocadas pelo homem, em 2008. Esse é o quarto maior número de mortes desde 1970.

O custo total para a sociedade foi de US\$ 225 bilhões e cerca de US\$ 50 bilhões das perdas estavam seguradas, tornando 2008 o segundo ano mais dispendioso em termos de sinistros.

MILHÕES DE DESABRIGADOS

Os principais acontecimentos que colaboraram para que as perdas fossem tão grandes foram o ciclone tropical Nargis, em Mianmar (início de maio), que matou 138.400 pessoas e o terremoto de Sichuan, na China (também em maio), que matou 87.400 pessoas, deixando mais de 10 milhões de desabrigados.

Mas a maior parte das perdas relativas a esses dois eventos não estava segurada.

A Swiss Re adianta também que, das perdas seguradas, as catástrofes naturais representaram sinistros de US\$ 43 bilhões e as provocadas pelo homem geraram custos de US\$ 7 bilhões.

Nos Estados Unidos e no Caribe, os principais acontecimentos naturais que geraram sinistros foram os furacões Ike (em setembro, no Texas) e Gustav (também em setembro, na Louisiana). As perdas materiais totalizaram US\$ 12,8 bilhões, segundo levantamento da Guy Carpenter, corretora de resseguros do grupo Marsh & McLennan.

Na Europa, a tempestade de inverno Emma (em março, na Alemanha, Áustria, Polônia e República Checa) foi a causadora dos maiores danos no continente. Houve perdas seguradas de R\$ 1,3 bilhão, ainda segundo a Guy Carpenter.

Chuvas e prejuízos no Brasil

No final de 2008, as chuvas no Estado de Santa Catarina geraram perdas ao mercado segurador de mais de R\$ 1 bilhão, de acordo com pesquisa de Gustavo Cunha Mello, professor da Funenseg (Escola Nacional de Seguros).

Os maiores prejuízos se concentram no ramo de Automóveis, atingindo R\$ 600 milhões. No setor corporativo, eles podem chegar a mais de R\$ 330 milhões. Nos segmentos do agronegócio e residencial, as perdas devem alcançar R\$ 124 milhões e R\$ 40 milhões, respectivamente.

Brasilcap cresce 9,6% em faturamento e mantém liderança em reservas técnicas

A Brasilcap, empresa de capitalização do Banco do Brasil, fechou o ano de 2008 com faturamento de R\$ 2,1 bilhões, um incremento de 9,6% em relação a 2007. Seu volume de reservas técnicas alcançou R\$ 3,1 bilhões, 17,3% a mais do que em igual período do ano anterior. Esses números confirmam a posição de destaque da Brasilcap no mercado de capitalização, permanecendo na liderança em faturamento, reservas técnicas e premiações.

No período, foram entregues R\$ 68,1 milhões a aproximadamente 41 mil títulos de todo o país, possibilitando que milhares de pessoas realizassem os seus mais variados sonhos e projetos de vida.

“O nosso resultado foi extremamente positivo. E os nossos produtos se tornam ainda mais atrativos em um momento como o atual, de crise. Afinal, os títulos de capitalização permitem a realização de uma economia programada, fundamental em períodos em que o futuro é incerto”, afirma Marcio Lobão, presidente da Brasilcap.

Ao longo de 2008, a Brasilcap lançou dois novos produtos: o Ou-

rocap 200 anos de pagamento mensal e o Ourcap Flex, o primeiro título de capitalização que oferece a possibilidade de ganho real com a renda variável. Este último, além da oportunidade de investimento em mercado de capitais, mantém os mesmos atrativos dos demais produtos do mercado, representando uma verdadeira inovação no negócio da capitalização.

Em outubro, mês do bicentenário do Banco do Brasil, a Brasilcap entregou R\$ 10 milhões no mesmo dia, o maior valor já pago por uma empresa de capitalização.

Em 2008, a Brasilcap conquistou também outras marcas históricas para a empresa. A companhia alcançou um novo patamar de reconhecimento institucional, sendo eleita pelo instituto de consultoria internacional Great Place to



Marcio Lobão - Brasilcap

Work® como uma das 100 Melhores empresas para se trabalhar no país.

14 ANOS DE ATUAÇÃO

Líder de mercado há 12 anos consecutivos, a Brasilcap foi criada em 1995, a partir de uma parceria do BB com as empresas Icatu Hartford, Sul América e Aliança da Bahia. Em 14 anos de atuação, a companhia se dedica à missão de garantir as melhores soluções em capitalização, ajudando a tornar reais os projetos de vida de seus clientes e parceiros.

Crise x atitude

O gerente de SAP/BPM da SYSone Consulting, Anselmo Comaru, divulgou recentemente artigo sobre a crise atual. Na opinião do especialista, desde o final de 2007 “a economia dos Estados Unidos já revelava certa fragilidade, mostrando que o chamado ‘crédito positivo’, apoiado no financiamento imobiliário para pessoas de baixa renda – e motivado por grande rentabilidade x risco – estava enfermo, com claros traços de aumento da inadimplência e

provocando previsões pessimistas de desempenho econômico”.

Citando o futurista canadense Kimon Valaskis, Anselmo defende que “um erro diagnosticado previamente causa muito menos dano do que um erro diagnosticado tardiamente”.

Por isso, ele aplaude a iniciativa de quem se antecipou e “tomou a decisão por proteger seus investimentos”. Na visão do consultor, “a idéia é sempre pensar com olhos no futuro e monitorar to-

dos os acontecimentos relevantes e suas tendências, pois quem adota essa estratégia erra menos em suas decisões”.



Mongeral completa 174 anos com forte investimento em capacitação e fidelização

A Mongeral completou 174 anos de atividades ininterruptas, no dia 10 de janeiro. Apesar de quase bicentenária, dá mostras de fôlego e saúde financeira. Além de estar à espera da aprovação da Superintendência de Seguros Privados (Susep) para a *joint-venture* firmada em novembro de 2008 com a norte-americana Aegon, a companhia programou para 2009 um investimento de R\$ 4 milhões em treinamento, fidelização e programas voltados para os corretores de seguros parceiros.

“Estamos aguardando o trâmite legal para aprovação final da *joint-venture* pela Susep. E estamos confiantes de que essa união vai ser muito positiva, porque a Aegon vai contribuir muito com capacidade tecnológica, expertise de novos produtos e modernas técnicas de vendas. Nosso objetivo é trazer as melhores práticas e implantá-las no mercado brasileiro”, explica o diretor de Marketing da Mongeral, Luiz Cláudio Friedheim.

Sobre a celebração dos 174 anos, Friedheim conta que a empresa organizou um torneio de futebol entre funcionários da Mongeral e de outras seguradoras, além da tradicional entrega do Galo de Ouro.

Sempre em busca de aumentar e melhorar a capacitação da força de vendas, Friedheim ressalta que a Mongeral, além do contínuo treinamento do pessoal interno, tem a meta de preparar 600 novos corretores, além de dar continuidade à capacitação dos 3 mil profissionais que trabalham constantemente com a seguradora.

PORTFÓLIO COMPLETO

Pela reconhecida tradição e solidez, além da confiabilidade alcançada em trajetória secular, a Mongeral dispõe hoje de um portfólio cujo foco está em

coberturas que se adequam às necessidades de cada cliente.

“Hoje o mercado está muito sofisticado e evoluído. A Mongeral é a companhia que pode oferecer, em planos individuais, todas as coberturas possíveis por morte, além dos produtos de acumulação previdenciária”, explica Friedheim.

O grande destaque fica ainda no Pecúlio Tradicional, cujo crescimento de 30% em volume de prêmios em 2008 representou 70% do faturamento da companhia.

EXPANSÃO

A Mongeral possui hoje 3.500 profissionais atuando em todo o Brasil a partir das 46 cidades onde há sucursais e escritórios. No primeiro semestre de 2009, serão abertos mais 10 escritórios em cidades onde ainda não há a presença física da empresa. O objetivo é crescer 25% até o fim do próximo ano, cinco pontos percentuais além da média dos últimos quatro anos, tempo em que opera como seguradora independente.

No segmento de crédito consignado, onde é pioneira, a mais nova aposta da companhia para ampliar sua atuação é a parceria firmada recentemente com o ibi, braço financeiro do grupo controlador das lojas C&A no Brasil, para comercialização do MongeralCred nas mais de 150 lojas em todo o país.

Já o MongeralCred é fruto de uma parceria entre a Mongeral e o Unibanco, firmada em 2006. Em 2008, a carteira de ativos disponibilizados para os segurados chegou a R\$ 120 milhões.

Hoje a Mongeral é a quinta seguradora no ranking de Vida e Previdência das seguradoras independentes, com 175 mil clientes individuais e cerca de 300 mil vidas seguradas, considerados os planos de vida em grupo.



Luiz Cláudio Friedheim - Mongeral

Premiação do Galo de Ouro

A Mongeral homenageou, no dia 30 de janeiro, no Windsor Hotel, Barra da Tijuca (RJ), mais de 100 corretores e profissionais de vendas que se destacaram ao longo de 2008. Além disso, no dia 31 de janeiro, foram premiados 13 Galistas, como são chamados os grandes vencedores da tradicional campanha de vendas da companhia, o Galo de Ouro. Eles ganharam o troféu Galo de Ouro 2008, 6 mil reais e quatro dias em Santiago com direito a acompanhante.

Criado por Nilton Molina, presidente do Conselho de Administração da Mongeral, o Galo de Ouro já tem mais de 30 anos de existência e é considerado um dos prêmios mais desejados do mercado segurador nacional.

Tokio Marine comemora resultados e se prepara para novos desafios

Em 2008, a Tokio Marine alcançou crescimento geral de 10% no volume de prêmios, considerando todos os ramos em que a companhia atua. Mas, de acordo o vice-presidente comercial, Sérgio Camilo, os maiores destaques ficaram por conta das carteiras de Riscos de Engenharia e Transportes, ambas com mais de 100% de expansão.

A abertura do mercado de resseguros também é vista como excelente perspectiva, pois a seguradora é muito bem cotada no setor corporativo. “Nossa companhia tem um dos maiores limites de retenção do mercado, o que dá lastro para assumir grandes riscos, ou seja, pode reter prêmios de maior expressão”, explica Sérgio.

Para 2009, as primeiras novidades serão anunciadas em breve, como o novo seguro de automóvel. Buscando aumentar sua competitividade no segmento, o segurado poderá optar por um produto modular – a partir da contratação da cobertura básica (casco) chegar às complementares (carro reserva, assistência 24 horas, franquias reduzidas ou facultativas, vidros e retrovisores, acidentes pessoais e

até seguro residencial acoplado).

A Tokio Marine também planeja ampliar três filiais – Bauru, Jundiá e Piracicaba – além da inauguração de mais três – Lapa/SP, São Carlos e Criciúma.

CRIATIVIDADE CONTRA A CRISE

“O mercado de seguros, mesmo em épocas de crise, sempre cresceu, porque as companhias procuram ser mais criativas, lançando novos produtos e serviços para fidelizar os clientes”, acrescenta Sérgio.

Tanto é que a Tokio também vai lançar um novo seguro de Riscos de Equipamentos, além de reformular o seu Seguro Condomínio. Outro foco é atuar mais no segmento de varejo, a fim de aumentar a participação em *market share*.

Com previsão de crescer 17% em volume de prêmios em 2009, quando completa 50 anos de atividade no país, a Tokio Marine está também investindo bastante em tecnologia da informação, além de reformular seu portal.

A grande celebração do cinquentenário vai acontecer com a visita do presidente mundial da seguradora, que vem especialmente do Japão



Sérgio Camilo – Tokio Marine

para celebrar a data.

Além disso, a companhia pretende premiar os corretores “diamante” que alcançaram os melhores resultados em 2008. Para eles, a Tokio programou uma viagem a Dubai, nos Emirados Árabes, reunindo cerca de 200 pessoas, entre corretores, acompanhantes e diretores da seguradora, objetivando estreitar os laços entre todos que constroem o sucesso da Tokio Marine.

Novo portal institucional MetLife

A MetLife lançou seu novo portal institucional com serviços inovadores e conteúdo diferenciado. Mais moderno e interativo, o site foi redesenhado para incrementar os negócios da companhia e estreitar o relacionamento com corretores, clientes e dentistas.

A nova plataforma traz diversas ferramentas, como simulador de previdência, consulta da rede credenciada

e indicações de dentistas, canais para recebimento de reclamações e atendimento online, credenciamento de corretores, além de artigos, textos, entrevistas e dicas para todos os públicos.

“Com o redesenho, a MetLife integra o site às suas estratégias de marketing, como forma de estabelecer uma ferramenta mais efetiva de comunicação e de oferecer conteúdos específicos para

todos os públicos”, diz Silvia Spessotto, diretora de RH e Marketing da MetLife.

O novo portal trará inovações e melhorias em marketing e vendas. “Com o site mais completo, a MetLife terá um relacionamento mais próximo com os corretores, profissionais de RH, dentistas e clientes”, completa ela. Para conhecer o novo portal institucional MetLife, acesse www.metlife.com.br.

Mondial Assistance lança sistema on-line de gestão de performance para prestadores

Com o objetivo de melhorar a gestão da performance de seus prestadores, a Mondial Assistance lançou em de janeiro um novo sistema web, cujo principal objetivo é medir, monitorar e aprimorar a qualidade dos serviços prestados, além de estreitar o relacionamento e facilitar o trabalho do dia-a-dia de seus parceiros.

O Vianet permite aos prestadores acompanhar, de maneira on-line, sua performance, a quantidade de atendimentos realizados, além de outros indicadores-chave, assim como verificar informações de pagamentos, tirar dúvidas e enviar sugestões.

Com o Vianet, o prestador tem acesso ao desempenho de sua frota, como o tempo médio de chegada, aceitação e recusa de atendimentos, índice de conserto no local dentre outros. Os dados são atualizados a cada três horas em página personalizada para cada prestador. Relatórios consolidados com gráficos comparativos de performance dos últimos 12 meses tornam o monitoramento e gerenciamento mais fácil e eficiente.

O link “Treinamento” possibilita a capacitação à distância com vídeos criados especificamente para cada situação (simulação de atendimento com o

cliente, prevenção a danos e procedimentos técnicos de equipamento, etc).

O sistema disponibiliza também apresentações e apostilas para agilizar e multiplicar treinamentos, reciclar e atualizar as informações e, consequentemente, garantir uma alta qualidade dos serviços.

CANAL COM AVISOS

O link “Mondial e Você” dá acesso a um canal com avisos e atualizações sobre procedimentos, novas instruções e notícias. Outros diferenciais, como o link “Tempo”, facilitam o dia-a-dia para quem atende grandes regiões.

Com acesso a informações climáticas, o prestador é avisado de possíveis chuvas e alagamentos, deslocando antecipadamente suas viaturas e agilizando o atendimento. O prestador também tem acesso aos mapas de gestão de frota, podendo visualizar rotas e status de todas as viaturas, trânsito e outras informações.

Além da eficiência da ferramenta e da facilidade na navegação, o prestador



tem outra novidade: o link “Rede de Descontos”, que traz descontos e benefícios exclusivos aos prestadores da Mondial Assistance com carros, pneus e uniformes, entre outros.

Preocupação e cuidado com o parceiro e o cliente é, no ponto de vista da Mondial Assistance, fundamental para o sucesso da empresa.

A comprovação do compromisso da Mondial com a excelência de seus serviços, trabalhando lado-a-lado com seus prestadores, garantem índices de alto reconhecimento, como mais de 97% dos clientes finais satisfeitos, sendo mais de 80% desses muito satisfeitos.

Projeto “Peça-Chave” da Treinaseg

A cada dia que passa, bons colaboradores são imprescindíveis para o sucesso das corretoras de seguros. Mas a tarefa é difícil, seja pela falta de tempo, ou pela pouca habilidade específica.

Por isso, a Treinaseg Consulto-

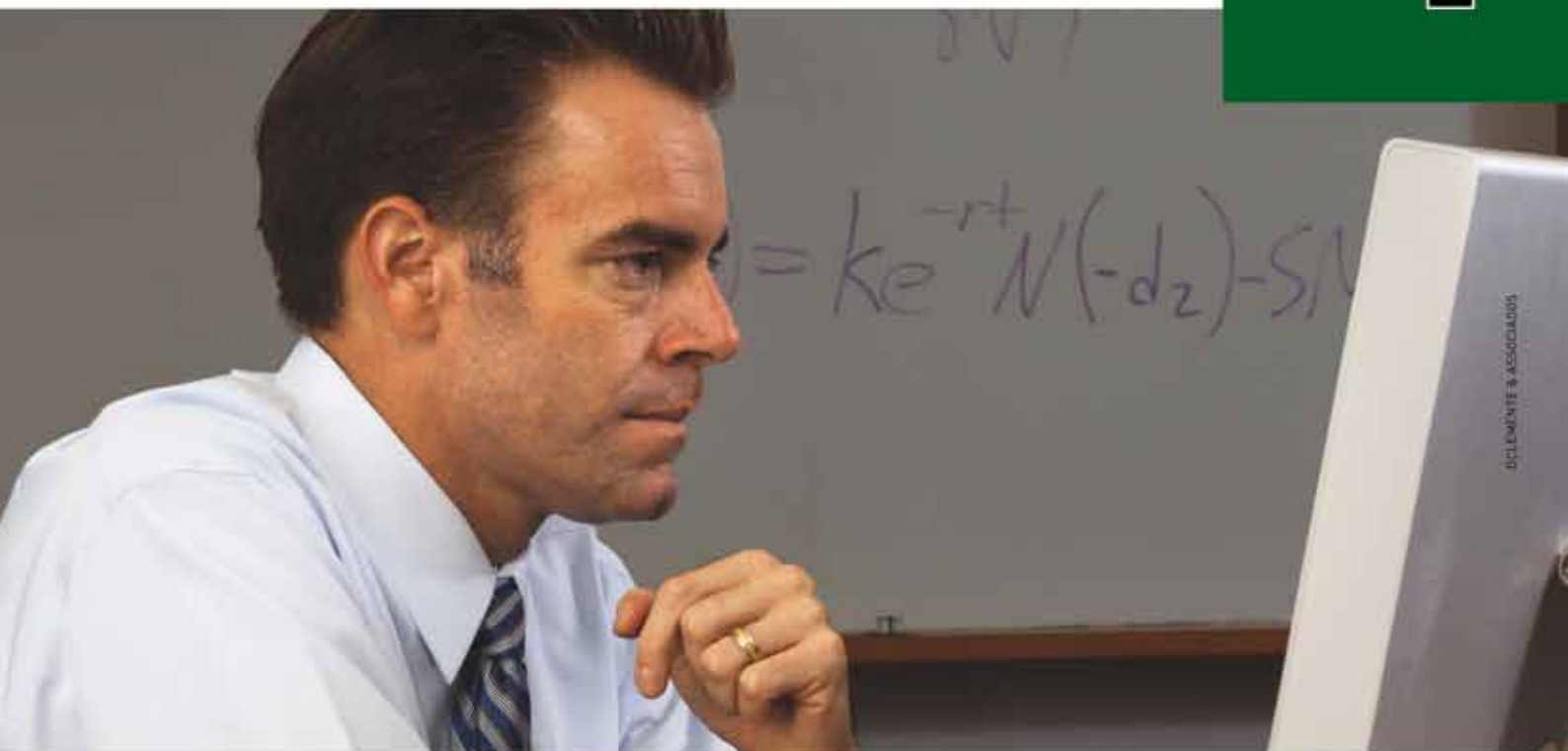
ria e Treinamentos em Seguros está prestando mais um serviços às corretoras de seguros: o Projeto Peça-Chave. Trata-se do recrutamento, seleção e indicação de profissionais com experiência no ramo, que não estejam trabalhando e que estão

à procura de nova oportunidade de trabalho.

Para saber mais sobre o Projeto, entre em contato com a Treinaseg pelo telefone (11) 3662-0756, e-mail treinaseg@treinaseg.com.br ou acesse o site www.treinaseg.com.br

Sua paixão
é cuidar
de seus clientes.

www.lincx.com.br



ANS - nº 32693-3

Nossa paixão
é cuidar
da saúde deles.

Você pode ter uma ou mais paixões. O seu trabalho, a carreira, a família etc. Entretanto, quando o assunto é saúde, a paixão e a competência são nossas. Para saber mais, consulte o site da Lincx ou seu corretor.

 **LINCX**
SERVIÇOS DE SAÚDE

Rua Estados Unidos, 1000/1030/1162 | Jardim América | São Paulo - SP | 11 3065 1600
Praça Alfa de Centauro, 54 - c/ 115 | Alphaville | Santana de Parnaíba - SP | 11 4153 3298
Rua Visconde de Pirajó, 407 - sala 603 | Rio de Janeiro - RJ | 21 2247 9500
Rua Senador Souza Naves, 1035 - sala 2 | Londrina - PR | 43 3025 6788

Tracker do Brasil-LoJack está de casa nova

Desde a segunda quinzena de dezembro, a Tracker do Brasil-LoJack está atendendo seus clientes e parceiros em sua nova sede (Rua Alexandre Dumas, 2.200 - Chácara Santo Antônio, na zona sul de São Paulo). A empresa, que é líder do mercado de rastreadores no país, ampliou as instalações, prevendo seu crescimento para os próximos anos.

“Atingimos um patamar de qualidade que nos possibilitou aumentar o nosso espaço físico e disponibilizar toda infra-estrutura para clientes e colaboradores. Estrategicamente escolhemos um dos bairros mais industrializados de São Paulo. A região de Santo Amaro abriga um importante pólo de multinacionais e boa parte dos nossos parceiros está localizada na região”, explica o presidente da empresa, Fredy Zuleta.

Só em São Paulo a Tracker do Brasil-LoJack conta com mais de 300 funcionários em vários departamentos que já ocupam o novo endereço.

12 MIL RECUPERAÇÕES

Com 350.000 mil clientes no país, a empresa tem muito mais a comemorar. Já atingiu a marca de 12 mil recuperações no Brasil, o que evitou um prejuízo estimado de quase R\$ 800 milhões de reais.

“Esse sucesso só foi possível graças à tecnologia LoJack, presente em todos os produtos comercializados pela Tracker do Brasil, que permite a localização de veículos em lugares fechados, sem interferência e interrupção do sinal ou área de sombra, como galpões, garagens e subsolos”, ressalta Zuleta.



Nova sede da Tracker do Brasil-Lojack

EMPRESA RECUPERA VEÍCULO ROUBADO NO URUGUAI

O Centro de Operações da Tracker do Brasil-LoJack localizou, no final de dezembro, em Foz do Iguaçu, no Paraná, uma pick-up Toyota Hilux roubada na cidade de Maldonado, sul do Uruguai.

O automóvel foi roubado por volta das 11h00 da manhã, enquanto estava estacionado na rua. O proprietário retornou ao local e não encontrou o veículo, acionando a central de rastreamento do Uruguai.

Imediatamente as equipes iniciaram o trabalho de busca. Às 18h20 do dia seguinte, a antena de Foz do Iguaçu identificou o sinal da Hilux, que já estava do lado brasileiro da fronteira.

Naquele momento, a operação brasileira entrou em ação e, em conjunto com a polícia local, recuperou o veículo que foi encaminhado para o 5º Distrito Policial da cidade.

Para o presidente da Tracker do Brasil-LoJack, a operação só foi possível graças a tecnologia LoJack, que tem a mesma frequência de sinal nos 32 países onde é comercializada.

“Em 2008, a Tracker do Brasil firmou uma importante parceria internacional com o Paraguai, Uruguai e Argentina para unificar as operações no Mercosul. O acordo inédito possibilita uma operação conjunta entre os quatro países, para obter uma rápida localização de veículos roubados, a exemplo desse caso que acabamos de relatar”, comemora.

MMI atende quatro das dez maiores seguradoras

Na matéria “MMI investe em pesquisa e desenvolvimento para 2009”, publicada na edição passada, lembramos que a empresa atende quatro das

dez maiores seguradoras do mercado.

A empresa é fornecedora de soluções tecnológicas para o mercado de seguros e acaba de realizar investimen-

tos no montante de R\$ 370 mil em pesquisa e desenvolvimento para aumentar a aderência de suas soluções ao mercado segurador.

Marítima amplia vantagens para segurados do ramo Auto e oferece cursos para corretores

Os segurados Marítima do Ramo têm agora cinco novas unidades da Rede Stop & Park (leia no box ao lado), além das 14 já instaladas na cidade de São Paulo, para estacionar seus veículos com total segurança e descontos expressivos (20% para avulso e 10% para mensal).

As novas unidades de estacionamento fazem parte das vantagens e facilidades agregadas ao seguro de veículos, disponibilizados através do Auto Clube Marítima em parceria com



a Stop & Park. Para usar o serviço, basta apresentar a carteirinha de segurado Marítima.

“A ampliação da rede de benefícios e serviços para os segurados é hoje um fator de diferenciação do produto, gerando uma experiência positiva por parte do consumidor e reforçando, assim, sua escolha pela marca”, destaca Luiz Carpegiani, gerente de Marketing da Marítima Seguros.

Consulte a relação completa de serviços e benefícios que compõem o Auto Clube Marítima no site www.maritima.com.br.

CURSOS PARA CORRETORES

Até março, a Marítima está com agenda aberta para os cursos de produtos para profissionais dos ramos Auto, Saúde, Riscos Especiais e Vida.

Ao todo, serão realizados 342 cursos ministrados nas 72 filiais que a companhia possui pelo país, nas regiões Sul, Sudeste e no Ceará.

Vale lembrar que os cursos são gratuitos e dirigidos aos corretores que já trabalham com a seguradora.

A inscrição deve ser feita com até 72 horas de antecedência pelo telefone de cada unidade da Marítima

ou diretamente na filial responsável pelo curso. Essas e outras informações, bem como a agenda completa de treinamento para fevereiro e março podem ser encontradas no site www.maritima.com.br, acessando o portal do corretor.

Novas unidades da Rede Stop & Park

- Unidade Santo Amaro (ao lado do Hospital São Luís) – Av. Santo Amaro, 800 – 70 vagas
- Unidade Lins - Av. Lins de Vasconcelos, 2.375 – 80 vagas
- Unidade Hotel Ibis São José do Rio Preto - Avenida Arthur Nonato, 4.193 – 95 vagas
- Unidade Hotel Astron São Bernardo do Campo – Rua João Pessoa 124 – 60 vagas (inauguração no dia 10 de janeiro)
- Unidade Praia Grande - Projeto Verão 2008 - Estacionamento do Parque de Diversão “Morenos Park” - Av. Castelo Branco, s/n - Vila Mirim (temporário até o dia 28/02/08) – 400 vagas.

Serviço “Generali Express” cria facilidades para corretores

A Generali Seguros disponibilizou um novo serviço no ‘Generali Express’, um canal de comunicação destinado a descomplicar o dia-a-dia dos parceiros de negócios e que está alojado no portal www.generali.com.br, na página do corretor de seguros. O novo serviço abre acesso a consultas de Sinistro Auto On-line.

Pela nova ferramenta, o corretor parceiro da Generali pode, a partir de agora, obter informações, de maneira rápida e precisa, sobre sinistros avisados e pendentes, além de acompanhar, controlar e imprimir o resumo do orçamento de perdas parciais de sinistros da carteira de veículos.

Criado há cerca de seis meses, o ‘Ge-

nerali Express’ tem como objetivo facilitar o trabalho do corretor e, conseqüentemente, oferecer vantagens aos clientes. O produto foi concebido com esse propósito de otimizar o tempo do corretor e ajudá-lo a transpor obstáculos e etapas, de maneira ágil e segura, na comercialização dos seguros Generali e nos mais variados desdobramentos do pós-venda.

ACE inicia 2009 com ampliação de sua estrutura em São Paulo

A ACE iniciou 2009 ampliando a sua estrutura na cidade de São Paulo. A empresa, que vem apresentando crescimento contínuo desde 1999, agregou mais dois andares de escritórios a fim de acomodar o processo de expansão dos negócios de sua matriz.

“O investimento também demonstra a força financeira do grupo, que exhibe um bom desempenho nesse momento de mercado conturbado”, afirma Marcos Aurelio Couto, presidente da companhia.

Os novos escritórios abrigam as áreas de Sinistros, Atendimento ao Cliente, Sistemas e Administração. No mesmo prédio estará também sediada a Tempest Re, empresa do grupo ACE, recentemente aprovada pela Susep

como resseguradora admitida nos ramos de danos e pessoas.

As novas instalações se encontram na rua Itapeva, 538, edifício Timbaúba. O local fica em uma região nobre, a apenas 200 metros do edifício Eluma, na avenida Paulista, onde está o restante dos escritórios da ACE na cidade de São Paulo.

CONFORTO E FUNCIONALIDADE

O *layout* do novo espaço da ACE foi planejado para valorizar os aspectos humano e profissional dos funcionários, parceiros e fornecedores da companhia. O investimento, dessa forma, dispõe de vários recursos que atendem o conforto das pessoas, a funcionalidade dos trabalhos e a interação entre membros e departamentos.



Marcos Aurelio Couto – ACE Seguradora

Ainda há empresas de saúde com dificuldades de adaptação ao TISS

A Agência Nacional de Saúde Suplementar (ANS) introduziu uma das mais importantes iniciativas tecnológicas: o padrão TISS, obrigatório para troca de informações entre operadoras de planos privados de assistência à saúde e prestadores de serviços de saúde. O sistema proporciona melhoria na qualidade do atendimento, racionalização dos custos administrativos e otimização dos recursos.

Em seu conteúdo e estrutura estão guias, demonstrativos de pagamento e legendas, que representam conceitos em saúde através de um conjunto padronizado de termos, códigos e descrições utilizados. Realiza toda a comunicação por transações eletrônicas,

cercado de segurança e privacidade.

O prazo para adaptação era até 30 de novembro de 2008, para que até o final do ano todo o relacionamento entre consultórios, clínicas e hospitais com as operadoras e seguradoras de saúde acontecesse através do computador. No entanto, até agora, início de 2009, muitas empresas estão encontrando dificuldades para incluir o módulo TISS em seu sistema de administração.

“Geralmente acontece quando essa administração é dividida em diversos softwares independentes, o que dificulta qualquer mudança no sistema como um todo”, explica Sérgio Monaco, diretor de Marketing e Vendas da

multinacional de TI DexBrasil.

Já quem conta com o DexTotal®, comercializado pela multinacional, percebe a facilidade de concentrar toda a administração da empresa em apenas um sistema. “Ele é um software completo e integrado para o gerenciamento de planos e seguros saúde - faz todo trabalho de administração (controle de informações, gerenciamento das contas médicas), facilita 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”, conta Monaco.

ANO NOVO | CASA NOVA

RUA ALEXANDRE DUMAS, 2.200
CHÁCARA SANTO ANTÔNIO - CEP: 04717-004

NOVO PABX: (11) 3506-5700

A Tracker do Brasil não pára de crescer. Depois de atingirmos números expressivos como, 350.000 clientes e 12.000 veículos recuperados, mudamos para um escritório novo e muito mais amplo.

A nova sede da Tracker está localizada na Chácara Santo Antônio, uma das regiões que mais crescem economicamente na cidade de São Paulo, ficando próxima à muitos clientes e parceiros, além de inúmeras grandes empresas que figuram no cenário mundial.



tracker

TECNOLOGIA

LO/JACK

LÍDER MUNDIAL EM RECUPERAÇÃO DE VEÍCULOS

Novo presidente do CVG/SP anuncia projetos e planos de seu mandato

Sócio-fundador Osmar Bertacini revela seus objetivos à frente da entidade, que foi fundada em 1981 e mantém intenso programa de cursos, palestras e eventos

Ele já foi presidente da APTS (Associação Paulista dos Técnicos de Seguro) e da Aconsef-SP (Associação das Empresas de Assessoria e Consultoria de Seguros do Estado de São Paulo). Sua carreira no mercado, de início numa seguradora de grande porte, depois como sócio de uma corretora de seguros e, desde 1991 como empresário, já tem quase 50 anos de atuação.

Esse é o resumo do percurso de Osmar Bertacini, sócio-fundador do CVG/SP. A entidade nasceu quando ele ainda trabalhava na Companhia Internacional de Seguros e, de acordo com o estatuto, o cargo de presidente só podia ser ocupado por funcionário que atuasse dentro de alguma seguradora.

Ocorre que Bertacini saiu da Internacional em 1984 e nunca mais traba-

lhou como funcionário direto de nenhuma companhia de seguros (leia box “De funcionário a empresário), mas se tornou uma das maiores autoridades do país em Seguro de Vida, sendo inclusive, há 20 anos, professor da matéria na Funenseg.

Apesar da história pessoal e profissional e do excelente relacionamento com personalidades do mercado e autoridades, além de sua expressiva contribuição como líder classista - até no próprio CVG/SP, como vice-presidente da gestão 2007/2008 e diretor, por diversas vezes - tudo isso ainda não o credenciava para presidir a entidade da qual é sócio-fundador. Apenas por um impedimento estatutário.

MUDANÇA NO ESTATUTO

“Os ex-presidentes e membros do CVG/SP sempre avaliaram positivamente minha colaboração na entidade. Além disso, sempre estive envolvido com Seguro de Vida e sempre gostei muito dessa área”, aponta Bertacini.

Foi então que por deliberação de uma assembléia geral, realizada há dois anos, ficou decidido que o cargo de presidente podia ser ocupado por alguém vinculado a seguradora ou por um dos sócios-fundadores.

“Como terminou meu mandato na Aconsef no final do ano passado, meu nome foi logo lembrado. Recebi a indicação com enorme prazer e a chapa foi eleita por unanimidade, como é tradi-



ção no CVG/SP”, conta Bertacini (leia box “Diretoria eleita”).

“Todos os presidentes que me antecederam fizeram excelente trabalho, tanto que o CVG/SP se projeta há anos com grande reconhecimento no mercado pelos eventos, cursos e palestras e a tudo que propicia aos funcionários das seguradoras”, avalia, completando que, porém, “o mercado é dinâmico, há sempre muita coisa a se fazer”.

PROJETOS E METAS

Bertacini lembra que o objetivo básico do novo mandato é dar seqüência à programação de palestras e cursos do CVG. “O ideal é promover uma palestra por mês, por exemplo, porque o CVG/SP precisa estar sempre atuante”.

Nessa área, ele pensa inclusive em trazer palestrantes estrangeiros, que possam contribuir com a visão e ex-



Integrantes da diretoria eleita

De funcionário a empresário

A carreira de Osmar Bertacini começou na Companhia Internacional de Seguros, em 1962, quando tinha 19 anos, no cargo de auxiliar de escritório. A oportunidade surgiu por meio de uma agência de empregos, forma mais comum de conseguir o primeiro trabalho na época.

Logo que começou, o jovem nascido em Jurupeba (cidade próxima a São José do Rio Preto) percebeu que estava no ambiente certo. “Passei e me dedicar porque senti que era um mercado altamente promissor. Fui galgando alguns cargos, como sub-chefe, chefe, sub-gerente, gerente, enfim, fiquei 22 anos na Internacional”, conta Bertacini.

Ao sair da Internacional, em 1984, por causa da venda do controle acionário da empresa, Bertacini deixava o cargo de superintendente da Área de Pessoas. Foi então que aceitou o convi-

te para ser sócio do Libra Clube, braço da Libra Seguros Gerais especializado em Seguro de Vida.

A sociedade era formada também por João Leopoldo Bracco de Lima, hoje diretor da Funenseg em São Paulo, além de Ariovaldo Bracco de Lima e Eurico Lindenheim.

Bertacini ficou no Libra Clube até 1990, saindo amigavelmente da sociedade para abrir seu próprio negócio: a Humana Seguros de Pessoas, criada em 1991, a partir de sua extensa e sólida experiência na área. “Essa apólice da Humana Seguros de Pessoas completa 18 anos, agora em fevereiro, e tem proteção da ACE Seguradora”, completa Bertacini.

Em paralelo, Bertacini cuida também da Humana Assessoria de Seguros, fundada há cerca de oito anos. É uma empresa de suporte aos corretores

de seguros em ramos do segmento patrimonial, incluindo Automóveis, Transportes, etc.

“Atendemos corretores de pequeno e médio portes, em nome das seguradoras. Funciona como braço das seguradoras, fornecendo suporte, treinamento, orientação, apoio logístico. O carro-chefe é o Seguro de Automóvel, com mais ou menos 70% do mix de carteira, mas estamos fazendo um trabalho para incrementar também o Seguro Residencial, Empresarial, Saúde e Previdência Privada”.

No total, considerando a Humana Seguros de Pessoas e Humana Assessoria de Seguros, Bertacini mantém uma estrutura que conta com mais de 2 mil corretores ativos, 3.500 empresas seguradas e 150 mil vidas seguradas.



Formandos do CVG/SP

perícia de outros mercados para o avanço e amadurecimento do Seguro de Pessoas em nosso país.

Outra idéia é intensificar a contribuição para o mercado como interlocutor junto à Susep. “Pelos profissionais que tem, o CVG/SP pode dar uma contribuição decisiva, por exemplo, nas audiências públicas”.

Ele também estuda outras mudanças estatutárias, tendo como espelho

o CVG de outros estados. “No Rio de Janeiro, por exemplo, é permitido que o corretor de seguros seja associado ao CVG local”.

O próprio significado da marca “CVG”, na sua opinião, não contempla mais a realidade atual. “Se analisarmos o Código Civil, publicado em 2003, não existe mais ‘Seguro de Vida’. Então, você pode preservar a marca ‘CVG’, que já é consagrada,

mas talvez seu significado possa se modernizar com a nomenclatura ‘Seguro de Pessoas’, de forma a nos alinharmos com a legislação”.

Entre seus planos, o site do CVG/SP também deve ser reestruturado, no sentido de melhorar o conteúdo e a atualização.

Aliás, quando o assunto é comunicação, Bertacini é enfático ao defender que as seguradoras devam ter presença

Perfil institucional do CVG/SP

O CVG/SP foi fundado em 1981 e tem como missão “a preservação das instituições de seguros, a proteção e obediência à boa técnica de seguros, o respeito ao “Código de Ética Profissional” e ainda a prática de atividades culturais e esportivas”.

As atividades do CVG/SP incluem a promoção de palestras e painéis, que acontecem em encontros mensais, reunindo personalidades de destaque do mercado. Os temas abordam questões

relevantes ao segmento de riscos pessoais, além da representatividade juntos aos órgãos reguladores, formulando sugestões e promovendo estudos técnicos.

Entre 2007 e 2008, foram realizados 51 cursos, totalizando 804 alunos. No mesmo período, houve três eventos sociais, sete palestras e um total de 1.125 pessoas presentes.

Da grade de cursos ministrados, fizeram parte, por exemplo, “Certificação Técnica de em Riscos Pessoais”,

“Técnica de Saúde e Análise de Contas Médicas”, “Previdência Privada”, etc.

O CVG/SP, hoje, conta com 36 seguradoras filiadas e aproximadamente 1.000 sócios diretos. Mais dados e informações estão disponíveis no site www.cvg.org.br, onde se pode encontrar também conteúdo sobre a história da entidade, artigos, tópicos da legislação, textos e fotos de eventos, relação de parcerias e versões dos estatutos, entre outros assuntos.

mais constante na mídia, divulgando valores pagos por ramo de seguro e de que forma o mercado segurador trabalha em prol da sociedade.

“As notícias que são publicadas, quase sempre contando sobre eventual sinistro que não foi pago, depõe contra todo o mercado. É preciso mudar isso, com apoio das companhias e das entidades, até para que a Justiça tenha melhores condições em casos que seguem para os Tribunais”, comenta.

Para completar, ele lembra que o estatuto prevê mandatos com direito a apenas uma reeleição. “Não quero

dizer que vou fazer a melhor administração que o CVG/SP já teve, porque todos meus antecessores deram valiosa e inestimável contribuição. E também não diria que me sentia frustrado, mas estou realizando um sonho, afinal essa foi uma entidade que ajudei a criar”, ressalta Bertacini.

Para o novo presidente do CVG/SP, o fato de ser conhecido no mercado e ter bom relacionamento com os presidentes das seguradoras, além das entidades – CNSseg, Fenacor, Susep – certificam que seus projetos serão bem recebidos e apoiados.

“Quero fazer um belo trabalho no CVG/SP porque era algo que faltava na minha vida profissional. Minha intenção é realizar uma gestão que vai marcar a história da entidade. Mas para isso conto com meus colegas de diretoria, todos de grande competência e que me ajudarão muito nessa empreitada”.

De fato, Bertacini afirma que só estava esperando o período de férias para “arregaçar as mangas”. A primeira reunião da diretoria eleita (mandato 2009/2010) já está marcada para 10 de fevereiro.

Diretoria eleita

Presidente:

Osmar Bertacini (Sócio Fundador/Humana Seguros);

Vice-Presidentes:

Dilmo Bantim Moreira (American Life Cia de Seguros) e Francisco Alves de Toledo Neto (Chubb do Brasil Cia de Seguros);

Diretor Administrativo Financeiro:

Carlos Henrique Pereira (Bradesco Vida e Previdência) e Adjuntos: Armino Pereira Silva (Real Tokio Marine Vida e Previdência), Paulo Rogério Lima (Bradesco Vida e Previdência);

Diretor Relações com o Mercado:

Júlio César Tucci (Metropolitan Life Seguros e Previdência) e Adjuntos: Carlos Alberto V. Rodrigues (Me-

tropolitan Life Seguros e Previdência), Marcos Henrique Alves dos Santos (Mapfre Seguros), Reinaldo Oliveira da Silva (Metropolitan Life Seguros e Previdência);

Diretor de Seguros:

Valmir Mongiat (Marítima Seguros) e Adjuntos: Joana Barros Salgueiro dos Santos (Alfa Previdência e Vida), Marcelo de Figueiredo (Sócio Parceiro), Márcio José Batistuti (Mongeral S/A Seguros e Previdência);

Comissão Fiscal:

Presidente, Mario Jorge R. C. Cruz (Generali do Brasil Cia de Seguros) e Suplentes: Noemi Rocha Visintin (Bradesco Vida e Previdência), Luiz Fernando Barsotti (Metropolitan Life Se-

guros e Previdência), Ademir Folhini do Rio (Chubb do Brasil Cia de Seguros), Regina Ap. Schüller de Almeida (Itaú Seguros);

Conselho Consultivo, Presidente:

David Felipe Santiago de Souza e Secretário: Paulo de Tarso Meinberg; Membros (Todos os ex-presidentes): João Moreira da Silva, Elias Cattach, Abaete Ary Graziano Machado, Sérgio José Leonardi, Oldemar de Souza Fernandes, João Carlos Mendes, Nelson Antônio Lenham, Carlos Alberto de F. Trindade, Osvaldo Placites, Octavio Antonio Filho, Pedro Jorge de Almeida Albuquerque, Maurício do Amaral, Ronaldo Megda Ferreira, Eiji Denda.

Entidades do mercado também são sócias honorárias

Pelo estatuto do CVG/SP, eram considerados automaticamente “sócios honorários” o superintendente da Susep, o presidente da Fenaseg, o presidente da Fuenseg

e o presidente da Sindseg/SP.

Por equiparação às mudanças estruturais organizacionais que ocorreram recentemente na Fenaseg, o Conselho Consultivo do CVG/SP se reuniu no

dia 1º de dezembro e aprovou a inclusão dos presidentes da CNSeg, Fenseg, Fenaprevi, Fensaúde, e Fenacap, todos também como “sócios-honorários” da entidade.

O seguro como missão de vida

Trajatória pessoal e profissional do diretor da Funenseg em São Paulo, João Leopoldo Bracco de Lima, se confunde com a própria história dos seguros no Brasil

No início de 2009, João Leopoldo Bracco de Lima completou 50 anos no mercado de seguros. Não faltam

“O carimbo tem validade até hoje. Basta levar o documento ao Sindicato e conseguir o registro na Susep. É um direito adquirido”, esclarece João Leopoldo, ressaltando que a situação atualmente é rara, pois a Funenseg se tornou referência em qualificação e habilitação para o mercado.



João Leopoldo Bracco de Lima - Funenseg

motivos para celebração, mas o maior orgulho do atual diretor da Funenseg (Escola Nacional de Seguros) em São Paulo é verificar a ascensão e crescente importância da unidade, além de sua contribuição para a expansão do mercado de seguros nacional.

Ele conta que, antes da fundação da Funenseg, o que valia como qualificação profissional era um carimbo com texto assinado por alguma seguradora, dizendo que “o portador da presente carteira de trabalho exerce também a profissão de corretor de seguros”.

seu pai. “Foram dez anos muito felizes. Além de ajudar meu pai, eu pescava, caçava, jogava bola, era outra vida”, recorda João Leopoldo.

Para continuar os estudos, no entanto, ele retornou a São Paulo e, por indicação de um tio que trabalhava com seguros de acidentes do trabalho, no antigo IAPC, conseguiu a chance de fazer um teste na Cia. Boa Vista de Seguros, a maior e melhor seguradora da época, hoje, Bradesco.

A avaliação consistiu na cópia manuscrita de uma carta – “para verificar

a letra do candidato e datilografia do texto”. Com sua experiência no escritório do pai, João Leopoldo já era exímio datilógrafo e foi logo aceito, sob aprovação do diretor Abraão Garfinkel, pai do atual presidente da Porto Seguro, Jayme Garfinkel.

No seu primeiro emprego, admitido precisamente no dia 6 de janeiro de 1959, com 17 anos de idade, João Leopoldo foi encaminhado para trabalhar no Departamento de Cosseguro – numa época em que a tecnologia da informação aplicada ao mercado de seguros era pura ficção científica.

“Trabalhava no setor que elaborava borderôs e registrava os negócios com as demais seguradoras. Houve, na ocasião, uma espécie de distribuição de coberturas e você tinha de separar as fichas de todas as apólices, manualmente, para depois emitir os borderôs, por exemplo, um para a Boa Vista, outro para a Atlântica, ou pra SulAmérica e assim por diante. No final do mês, a gente verificava tudo, zerando a contabilidade das transações”, conta João Leopoldo.

CONTRATAÇÃO PELA INTERNACIONAL

Em 1961, já com 21 anos, surgiu outra oportunidade profissional para João Leopoldo. Ele foi chamado para trabalhar na companhia Internacional de Seguros, situada na Rua Líbero Badaró, centro de São Paulo.

A novidade facilitou sua vida pela proximidade entre trabalho e escola, pois nessa época cursava contabilidade na Fundação Álvares Penteado, no Largo São Francisco. E depois cursou direito, formando-se na Faculdade Integrada de Guarulhos.

“Meu sonho era ser advogado e pro-

motor público. Mas tudo foi acontecendo bem depressa, meu envolvimento com o mercado de seguros foi cada vez mais intenso e eu fui me convencendo de que esse era meu caminho”.

A experiência anterior na Boa Vista foi imprescindível para o novo emprego e ele começou como encarregado do Departamento de Cosseguro. Depois de dois anos na Internacional, João Leopoldo lembra que “estourou” um desfalque nas contas da seguradora e o setor dele ficou na mira dos contadores.

“Eu sempre tive o cuidado de registrar todo lançamento de cheques no livro-caixa. Cada transação era sempre rigorosamente anotada como ‘Caixa a Cosseguro’ e o cheque seguia seu destino. Quando a gente pegava o borderô para conferir, fazia o lançamento ao contrário, ‘Cosseguro a Caixa’, e aquilo tinha que zerar. Mas eu possuía cópia de todos os lançamentos de cheques e borderôs”.



Formatura em direito

Resumindo a história: descobriu-se depois que estava tudo em ordem no Departamento de Cosseguro. A Internacional enfrentava, portanto, um grande golpe contábil de outra natureza – e diante da conduta profissional impecável de João Leopoldo, ele foi promovido a chefe da Cobrança Geral.

DE PORTA EM PORTA

No início da década de 60, a cobrança das apólices era feita na rua, de porta em porta ou através dos corretores. “A companhia tinha uns 30 cobradores espalhados pelos bairros. Cada cobrador recebia cerca de 20 apólices por dia com a missão de cobrar dos segurados”.

O sistema da época, no entanto, era difícil e, muitas vezes, cheio de falhas. “Se o corretor demorasse muito a pagar, a seguradora passava por sérios problemas de caixa”.

Não demorou para que fosse instituída a cobrança bancária, que contribuiu muito para melhorar a liquidez das companhias de seguros. “E, em tese, eu fiquei sem emprego!”, recorda João Leopoldo, quase em tom de anedota.

Foi então que novamente Abraão Garfinkel interveio e conseguiu um teste, em 1966, para João Leopoldo na conceituada e tradicional corretora Lindenheim Seguros Gerais, cujo proprietário, Eurico Lindenheim, hoje com 92 anos de idade, continua amigo do nosso entrevistado.

“Fiz o teste, fui aprovado, e o Eurico perguntou ainda o que eu fazia para não esquecer. Eu simplesmente respondi ‘eu anoto’ e ele na hora me contratou para ser gerente da corretora, no puro estilo alemão”.

João Leopoldo ficou como gerente na corretora de 1966 a 1970, dedicando-se principalmente à carteira de Seguro de Incêndio, que era o principal ramo do mercado até então.

“O mercado era bem diferente do atual. O seguro mais atrativo era o Seguro de Incêndio, com cerca de 70% a 80% do volume de negócios. As seguradoras não tinham muito interesse em Seguro de Automóvel. Inclusive, para se tornar um bom corretor de seguros, tive de estudar a tarifa do Seguro de Incêndio, ditada pelo IRB (Instituto de Resseguros do Brasil)”.

Conhecer a fundo o Seguro de Incêndio significava entender toda a estrutura das coberturas básicas e acessórias, incluindo sinistros decorrentes de explosão e danos elétricos. “Era um seguro muito técnico, inclusive quanto à classificação do risco, da construção e ocupação do prédio, enfim, tudo muito detalhado. E toda indústria queria ter um Seguro de Incêndio muito bem feito”, explica João Leopoldo.

Ele conta também que havia a famosa e importante “cláusula de rateio”: se o segurado fizesse um seguro insuficiente para cobrir 100% do valor em risco, em caso de sinistro, ele participava do prejuízo.

Essa cláusula na época era extremamente importante para que os seguros de incêndio fossem contratados corretamente. E é por ela que, como corretor, se conquistava a confiança do segurado (principalmente, as indústrias), quando se demonstrava corretamente o risco que a empresa estava assumindo.

João Leopoldo diz que, naquele tempo, com essa cláusula, tirar seguro de gerente de banco era “doce

de coco”. Mas ele teve a felicidade de aprender toda tarifa de incêndio na teoria e na prática com o falecido Felipe Cardillo, maior conhecedor e autoridade técnica do mercado segurador na década de 70.

MANOBRA RADICAL

Em 1970, dois episódios marcaram a vida de João Leopoldo. Em pri-

meiro lugar, nasceu a Libra Corretora de Seguros, em que João Leopoldo, com 30 anos de idade, deixava as funções de gerente para se tornar sócio de Eurico Lindenheim.

O grande momento, entretanto, foi o resultado da reunião entre Abraão Garfinkel, Eurico Lindenheim e João Leopoldo. A intenção era convidar Garfinkel para ser diretor geral da

Internacional, por indicação de Ângelo Mario Cerni, na ocasião vice-presidente da seguradora e presidente do Conselho Técnico do IRB. “Estava fazendo uma ponte com os dois profissionais que eu mais admirava e respeitava como baluartes da minha carreira”.

Garfinkel agradeceu a proposta, mas afirmou que queria ter seu próprio negócio, embora não pudesse revelar ainda qual era o seu projeto. Não demorou mais do que uma semana para que os sócios da Libra – Eurico e João - soubessem o propósito audacioso e perspicaz de Garfinkel: ele tinha comprado a Porto Seguro, na época instalada na Avenida Paulista.

Em pouco tempo, os negócios entre a Libra e a Porto Seguro se intensificaram, até que, em 1972, a corretora saiu da região central da cidade e se mudou para o mesmo prédio da seguradora.

“No início dos anos 70, as seguradoras quase não faziam Seguro de Automóvel. Se o inspetor de produção de uma companhia perguntasse ‘qual seu mix de carteira?’ e você respondesse que a maior parte era de Seguro de Automóvel, com certeza ele virava as costas e não te dava mais atenção. O que importava mesmo era o Seguro de Incêndio, um pouco de Seguro de Vida e de Acidentes Pessoais”, narra João Leopoldo.

Mas a Porto Seguro, que era uma companhia pequena na época, foi responsável pela manobra radical que poucos podiam imaginar. Garfinkel já era dono de duas grandes oficinas automotivas e a seguradora foi se especializando em nicho pouco explorado até aquele momento.

Tanto que, em 1983, a Porto Seguro já tinha se tornado uma potência no mercado, inaugurando seu imponente prédio-sede da Rua Guaianases, na região central de São Paulo.

“A carteira de Seguro de Automóvel foi o carro-chefe do cresci-



Prédio que é sede atual da Porto Seguro, inaugurado em 1983

mento da Porto Seguro. E o grande boom aconteceu no final dos anos 70, com o desenvolvimento de indústria automobilística nacional. A Porto se especializou no ramo e também foi a pioneira na implantação do *brake light* e demais serviços agregados. Tornou-se referência e hoje é uma das maiores e mais reconhecidas seguradoras do país”, diz João Leopoldo.

Ou seja, a trajetória pessoal e profissional de João Leopoldo sempre esteve no epicentro de alguns dos movimentos que ajudaram na configuração do mercado atual – seja por trabalhar em grandes companhias que fizeram história, seja por atuar diretamente na corretagem, seja por manter negócios com a seguradora que delineou boa parte do que hoje é consagrado na indústria nacional de seguros.

LIDERANÇA CLASSISTA

Em paralelo com toda sua história profissional, em 1972, com 30 anos de idade, João Leopoldo, já formado em direito, foi convidado por Eurico Lindenheim, diretor tesoureiro do Sincor-SP (Sindicato dos Corretores de São Paulo), a fazer parte da liderança classista como diretor arquivista da entidade, então presidida por José Logullo.

Em 1972, João Leopoldo também foi sócio-fundador do Clube dos Corretores de São Paulo, entidade que até hoje permanece atuante no mercado. Ele foi mentor do Clube de 1988 a 1990.

No Sincor-SP, sua participação foi sempre ascendente: de diretor arquivista para secretário, depois vice-presidente. “Desde então, participei do Sincor-SP em praticamente todas as diretorias, só me afastei em dois mandatos por questões profissionais”. Na Fenacor, foi o primeiro vice-presidente no mandato do presidente Armando Vergílio.



Público de palestra da Funenseg em São Paulo

Enquanto isso, a Libra cresceu bastante nesse período e chegou a ter quase 200 funcionários. Aos poucos, ele começou a delegar as atividades aos filhos, Leopoldo Jorge Lima e Roberta Paula Lima, que continuam conduzindo os negócios da corretora.

Em 1998, por indicação de Leônício de Arruda, atual presidente do Sincor-SP, João Leopoldo alcançou a presidência da entidade, ficando no cargo até 2004. “Foi um período excelente para o Sindicato. O Leônício já tinha conseguido triplicar o número de associados na gestão anterior, de 1 mil para 3 mil filiados, e depois na minha administração conseguimos triplicar de novo, de 3 mil para 9 mil”.

Em 2004, o presidente da Funenseg na ocasião, Armando Vergílio dos Santos Junior, convocou João Leopoldo para a missão de fazer a Funenseg (Escola Nacional de Seguros) se expandir no estado de São Paulo. E hoje ele tem a satisfação de participar do excelente trabalho desenvolvido pelo presidente Robert Bittar, pelo diretor Executivo, Renato Campos,

pelo diretor de Ensino, Nelson Le Cocq, e pelo diretor de Pesquisa e Desenvolvimento, Cláudio Contador.

A quantidade e variedade de cursos, seminários, palestras, além dos milhares de corretores habilitados anualmente comprovam que a Escola cresce a cada ano. “Desde 2004, além das unidades próprias em Santos, Campinas e Ribeirão Preto, temos mais dez parcerias com faculdades do interior, incluindo Grande São Paulo, Santo André, Osasco, Guarulhos, Araçatuba, Bauru, Marília, São José dos Campos, São José do Rio Preto, Sorocaba e Presidente Prudente”, aponta João.

Sobre a crise financeira atual, ele é otimista e defende que nossas seguradoras têm uma solidez invejável em relação ao mundo, graças ao controle e regulação muito bem executados pela Susep. “É evidente que não vamos ter o mesmo crescimento do ano passado. Fechamos 2008 com R\$ 100 bilhões em prêmios e necessitaremos de ajustes, criatividade, inovações, com boas perspectivas para 2009”.

Homenagem do mercado de seguros

O presidente da Porto Seguro, o diretor executivo da Funenseg e dois representantes classistas de corretores comentam a trajetória exemplar de João Leopoldo Bracco de Lima, que acaba de completar 50 anos de atua-

A Revista Seguro Total entrevistou algumas personalidades de relevância no mercado de seguros atual para colher depoimentos em homenagem ao Sr. João Leopoldo Bracco de Lima, que acaba de completar 50 anos de atua-

ção profissional, sempre no mesmo setor – seja em grandes seguradoras, seja como corretor, líder sindical e atualmente como presidente da unidade de São Paulo da Funenseg. Leia a seguir os depoimentos.

Jayme Garfinkel, presidente da Porto Seguro: “Desde o início da minha carreira no mercado de seguros, trabalhei com o João Leopoldo. Tanto ele, como eu, aprendemos muito com o mesmo professor, Felipe Cardillo. Em matéria de negociação, meu pai, Abraão Garfinkel, sempre foi incentivador e admirador daquele garoto que trabalhava com o grande amigo dele, Eurico Lindenheim. Batalhamos e atendemos contas juntos, como a Cofap, a Ceralit e tantas outras. Sem falar na atividade do João em prol do mercado. Enfim, passou muito tempo desde que estou no mercado de seguros e, em todo esse tempo, sempre reconheci sua contribuição ao setor”.



Renato Campos, diretor Executivo da Funenseg: “João Leopoldo Bracco de Lima é um profissional que dispensa apresentações. Ele construiu uma carreira brilhante como corretor de seguros e também obteve o mesmo sucesso como líder de classe e executivo de outras importantes instituições. Tive a oportunidade de conhecê-lo melhor a partir de 2005, quando assumi a diretoria Executiva da Escola Nacional de Seguros. De lá pra cá, ele tem desenvolvido um excelente trabalho na expansão das nossas atividades em todo o estado de São Paulo e também em regiões vizinhas, contribuindo de maneira decisiva para o nosso crescimento no maior mercado de seguros do país. Todas as homenagens são merecidas por esses 50 anos dedicados ao mercado de seguros. Desejo que o sucesso dele continue por muito tempo!”.

Roberto Barbosa, ex-presidente da Fenacor e atual presidente do Sincor-MG: “João Leopoldo sempre foi nosso companheiro de longos anos, inclusive como membro da Fenacor. Foi também um corretor de primeira linha, quando esteve na sociedade da Libra Corretora de Seguros. Ele sempre participou intensamente de todos os movimentos que trouxeram expansão para o mercado. E ainda quero parabenizá-lo por sua gestão atual na Funenseg em São Paulo”.



Osmar Bertacini, presidente do CVG-SP: Conheci o João quando entrei na Internacional de Seguros, em 1962. Fui sócio dele no Libra Clube, que administrava apólice de Seguro de Vida, entre 1984 e 1990, antes de fundar a Humana Seguros, em 1991. Mas posso dizer com toda sinceridade que foi a experiência empresarial na Libra que me deu o alicerce para ter meu próprio negócio. O João é uma pessoa que admiro pela trajetória profissional e por ter sido um grande líder da classe dos corretores. É um batalhador do mercado de seguros, alguém em quem depositamos muita confiança e respeito”.

MBA e graduação em seguros são as novidades da Funenseg em São Paulo

Escola Nacional de Seguros se prepara para abrir inscrições em fevereiro da primeira turma de pós-graduação, enquanto o curso superior começa no segundo semestre

A sede do Rio de Janeiro da Funenseg (Escola Nacional de Seguros) já tem duas turmas de MBA em andamento e cinco turmas formadas do curso superior de Administração com ênfase em Seguros. Em paralelo, a unidade de São Paulo organiza as inscrições e seleção do MBA em março e para a graduação no segundo semestre.

As novidades foram anunciadas pelo diretor da Funenseg em São Paulo, João Leopoldo Bracco de Lima, que está muito satisfeito com o “presente de Natal”. “A faculdade foi credenciada no final do ano passado, em portaria assinada pelo ministro da Educação e publicada pelo Diário Oficial, no dia 23 de dezembro”, conta João Leopoldo.

Mas antes mesmo de dar início às aulas do curso superior de Administração com ênfase em Seguros, previstas para início em agosto, João Leopoldo comemora o lançamento do MBA em Seguros da Funenseg em São Paulo, cujas inscrições começam em março.

A idéia é oferecer um MBA tão prestigiado e qualificado quanto o da FGV (Fundação Getúlio Vargas), mas bem mais acessível no preço.

“Foi uma longa jornada até conseguirmos a autorização do MEC. Estamos transformando em realidade a causa que abraçamos desde a minha nomeação como diretor da Funenseg em São Paulo, no ano de 2004, por indicação do atual superintendente da Susep, Armando Vergílio”.



Sala de aula da graduação em seguros da Funenseg no Rio

NECESSIDADE DE CRESCER

João Leopoldo relembra que Vergílio propôs seu nome e a missão de fazer a Funenseg crescer na capital paulista, porque na época a instituição se dedicava quase que exclusivamente à habilitação de corretores de seguros.

Desde então, a unidade de São Paulo, assim como a do Rio de Janeiro, se tornou referência no mercado pelos cursos, exames de habilitação, além de outros cursos de especialização, seminários, palestras, publicações, conteúdo online e aulas à distância pelo site, etc.

Comprovando o crescimento da Escola em São Paulo, os números mostram que em 2008 foram 2.576 corretores habilitados, contra 2.231 em 2007 e 1.809 em 2006, sem contar nos milhares de alunos dos cursos especiais.

Para conseguir a autorização do MEC e instituir a faculdade em São Paulo, a Funenseg alugou o andar de um prédio na esquina da Avenida Paulista com Rua Bela Cintra. É nesse endereço que vão funcionar o MBA e a graduação, por enquanto.

“Nós precisávamos das instalações porque os inspetores do MEC são rigorosos e verificam tudo – espaço físico, infra-estrutura com biblioteca e laboratório, material didático, projeto pedagógico e títulos do corpo docente. Estou muito feliz porque fomos aprovados com nota máxima na maioria dos quesitos”, comemora João Leopoldo.

FUTURA SEDE

Tanto o MBA quanto o curso de graduação vão funcionar em instalações alugadas. A maior novidade, no entanto, é o prédio de nove andares comprado para ser a sede definitiva da Funenseg em São Paulo, localizado próximo a Avenida Paulista.

“Estamos aguardando o alvará da Prefeitura para dar início à reforma. Depois de quatro anos de intensa pesquisa, finalmente encontramos o edifício ideal, que poderá abrigar todas as atividades da Escola, num local conhecido, de fácil acesso e muito próximo ao metrô. A inauguração está prevista para meados de 2010”, prevê João Leopoldo.

Ilha de lazer e diversão no Guarujá com seguro Allianz

Parceria da seguradora com marca Club Social atraiu mais de 15 mil pessoas à plataforma flutuante na praia da Enseada

Shows de música pop, apresentação de DJs, tobogã para cair no mar, área de massagem e até a possibilidade de tirar uma foto no local para envio a e-mail do visitante. Essas foram algumas das atrações da Ilha Club Social, plataforma flutuante que ficou ancorada a 300 metros da orla, na praia da Enseada, no Guarujá, de 8 a 23 de janeiro.

A ação foi realizada pela Kraft Foods Brasil, que produz os biscoitos da marca Club Social. Todo o seguro de Responsabilidade Civil do evento foi desenhado e coberto pela Allianz Seguros.

Com quatro embarques diários de grupos com 300 pessoas, levando um total de 1.200 pessoas por dia, a parceria tinha o objetivo de promover o conceito de “diversão com segurança” e atraiu, no total, mais de 15 mil pessoas à Ilha Club Social.

Durante a ação, promotoras da Kraft faziam perguntas aos banhistas sobre a marca Club Social. Quem acertasse, ganhava ingressos para visitar a plataforma flutuante. Além disso, a Kraft distribuiu mais de 1 milhão de amostras de biscoitos na praia – e a novidade ficou por conta dos sabores recheados, aposta da empresa para conquistar o público jovem.

“Desde que reposicionamos a marca no final de 2007, pensamos no conceito de ‘urbanômodes’, que são os jovens que têm vida agitada e ficam o dia inteiro na rua, transitando de casa para o trabalho, escola, baladas etc. Além disso, o verão é bem estratégico, porque esse público está na praia, durante as férias”, explica a gerente de Marketing da Kraft, Cristina Monteiro.



© Copyright 2009, Saraguato

Ilha Club Social

PROTEÇÃO DA ALLIANZ

De acordo com a superintendente de Comunicação e Marketing da Allianz Seguros, Ariane Landim, a parceria foi um importante investimento “porque queremos estar próximos dos nossos clientes, não apenas em situações que envolvam sinistros, mas também associando a marca a momentos de entretenimento e descontração, ressaltando a proteção da Allianz Seguros”.

Além do seguro de RC Eventos, a presença da Allianz ocorreu na divulgação da logomarca da companhia no speech de segurança das três balsas transfer, em convites, flyers, coletes salvavidas e uniformes dos promotores, entre outras ações.

A cobertura total do evento envolveu três apólices de Responsabilidade Civil: uma para o seguro da plataforma flutuante onde a Ilha Club Social foi construída, outra para as pessoas no local e a

terceira do barco responsável pelo transfer da praia até a Ilha – e viceversa.

O superintendente de Responsabilidade Civil da Allianz, Edson Toguchi, explica que a cobertura da Ilha Club Social seguiu os critérios de análise e emissão da carteira de Responsabilidade Civil Geral, que inclui eventos artísticos, esportivos e similares.

“Os seguros de RC da Allianz tiveram, até novembro de 2008, um crescimento próximo a 50% em relação ao ano anterior, período em que o mercado cresceu por volta de 15%. Nosso diferencial é oferecer soluções e serviços de acordo com o perfil de cada cliente e risco, enquanto o mercado oferece um produto padrão”, acrescenta Edson.

Ele finaliza dizendo que a Allianz dispõe de um pacote completo de produtos como cobertura para Instalação e Montagem, Responsabilidade Civil, Acidentes Pessoais e Riscos Diversos Equipamentos.

Vem aí...

Prêmio Mercado de Seguros 2009

25 de Junho



Informações:

Tel.: (11) 3884-5966

e-mail: premio@revistasegurototal.com.br

www.planetaseguro.com.br

SulAmérica traz novos serviços e benefícios em proteção residencial

Uma das novidades é a garantia adicional para escritórios em residência, ideal para profissionais autônomos

A SulAmérica Seguros e Previdência apresenta novidades ao mercado de seguros para residências. O SulAmérica Residencial oferece agora novos serviços, benefícios e mais uma opção de garantia que, ao ser contratada, complementa a garantia básica de incêndio, explosão, queda de raios, tumultos e Assistência 24 Horas – Plano 1.

Com o lançamento, a companhia espera aumentar sua participação no mercado de seguro residencial, que apresenta crescimento anual médio acima de 20% e grande potencial, inclusive entre o público de menor renda.

Uma das novidades do SulAmérica Residencial é a garantia adicional para escritórios em residência, que garante a tranquilidade do profissional autônomo que tem o local de trabalho localizado na própria residência. Além de proteger o imóvel, equipamentos e móveis utilizados para o exercício da atividade profissional estão cobertos por esta garantia.

Outra inovação é a expansão dos serviços, que passam a disponibilizar reparos em eletroeletrônicos para quem contratar o Plano 3 da Assistência 24 Horas. Clientes das praças de São Paulo e Rio de Janeiro, que já contavam com uma mão-de-obra qualificada para consertos de fogão, geladeira, freezer, etc – ganham também o suporte para reparos em TV, DVD, som e vídeo-cassete de uso doméstico.

O Seguro Residencial SulAmérica oferece uma Assistência 24 Horas completa, com três opções de planos. O Plano 1, disponível em todo o país, oferece serviços de chaveiro, despachante, vidraceiro, hospedagem, entre outros. O Plano 2 inclui também encanador (bombeiro hidráulico), eletricista, consertos de eletrodomésticos* (fogão, geladeira, freezer,

etc), substituição de telhas e troca de resistência de chuveiro elétrico.

Já o Plano 3 apresenta, além das assistências citadas, o Check-up SulAmérica Residencial, um serviço completo que auxilia na prevenção de eventuais problemas na residência do segurado, como vazamentos, entupimentos e revisão da instalação elétrica. Nesta opção, o cliente conta também o Check-up SulAmérica Residencial Kids, novo serviço que disponibiliza um profissional para verificar as instalações, móveis e objetos que possam oferecer algum perigo às crianças dentro da residência.

RESIDÊNCIA PROTEGIDA

Nos tempos atuais, em que situações como roubos a residências são cada vez mais frequentes e há escassez do tempo para as atividades domésticas, ter um seguro residencial que minimize tais problemas é uma vantagem. Além disso, o

seguro residencial possui uma excelente relação custo-benefício. Com apólices a partir de R\$ 40,00, o cliente da SulAmérica adquire proteção durante um ano inteiro.

Culturalmente pouco utilizado pela população, o brasileiro desconhece os benefícios que esse tipo de seguro pode oferecer. Além da segurança, comodidade e facilidade de utilização das garantias e serviços, o seguro residencial proporciona a proteção financeira do patrimônio e da família.

As vantagens vão além de serviços e benefícios. Cliente e corretor de seguros passam a concorrer, cada um, a prêmios mensais de R\$ 5 mil pela Loteria Federal durante a vigência da apólice. Essa vantagem está disponível a todos os clientes que adquirirem ou renovarem o seguro residencial com a companhia.



Caixa Capitalização lança dois novos títulos com prêmios de até R\$ 5 milhões

CaixaCap Fortuna e CaixaCap Sucesso ampliam a quantidade de prêmios oferecidos em até 120%

A Caixa Seguros lançou no início de janeiro dois novos títulos capitalização em que é possível ganhar até 1.000 vezes o valor guardado, com prêmios que podem chegar a R\$ 5 milhões, de uma só vez, líquidos de Imposto de Renda.

O CaixaCap Fortuna e o CaixaCap Sucesso chegaram aos balcões do banco para substituir os antigos CaixaCap Milhão e CaixaCap da Sorte, respectivamente. E vieram com muito mais vantagens para os clientes. Afinal, as chances de concorrer a prêmios atrativos mais que dobraram.

“Os produtos continuam com algumas vantagens já conhecidas pelos nossos clientes. Na prática, o que mudou foi a quantidade de prêmios oferecidos, que aumentou mais de 120%”, explica o diretor da Caixa Capitalização, Maurício Maciel.

“Além disso, quem adquire os novos títulos contribui para a preservação do meio ambiente. Afinal, parte dos recursos provenientes das vendas é transferida para projetos ambientais dos quais participamos”,

completa o executivo.

A cada mês, os brasileiros que adquirirem o CaixaCap Sucesso terão 112 chances de levar para casa um dos prêmios oferecidos. Antes, o cliente concorria a 54 prêmios. No mês de julho, o título também oferece uma oportunidade a mais de ganhar. São 113 chances. O CaixaCap Fortuna continua com os cinco sorteios mensais. No entanto, traz uma novidade que promete deixar qualquer Papai Noel com inveja. Em dezembro, os clientes concorrem a 101 prêmios de até R\$ 5 milhões. Assim, aumentam as chances de poder começar um novo ano com uma conta bancária milionária.

Quem optar pelos prêmios do CaixaCap Fortuna, poderá escolher os valores entre R\$ 1 mil e R\$ 5 mil, múltiplos de R\$ 1 mil. Já a faixa de valores do CaixaCap Sucesso varia de R\$ 200 a R\$ 900, múltiplos de R\$ 100. O prêmio máximo para este título é R\$ 900 mil.

“O título de capitalização é uma combinação de economia programada



Maurício Maciel – Caixa Capitalização

com sorteios. A mágica, neste caso, não tem segredos. Basta acreditar para multiplicar todo o dinheiro guardado”, esclarece Maciel. “E ao final do plano, você resgata 100% do valor, acrescido da Taxa Referencial (TR)”. No caso do CaixaCap Fortuna, o resgate é de 101% do valor guardado, mais TR.

Educação financeira de forma divertida

Carro batido sem seguro é prejuízo na certa. E se a filha casar e os pais não tiverem juntado dinheiro? Essas e outras situações cotidianas são vivenciadas de forma lúdica e divertida no jogo “Acontece na Vida”, criado pelo Grupo Caixa Seguros em parceria com a Grow e o SBT. Jogando e se divertindo, os clientes aprendem –

na companhia de parentes e amigos – que a melhor maneira de aproveitar as oportunidades e fugir dos imprevistos é sendo precavido financeiramente.

A seguradora da Caixa foi pioneira no mercado ao lançar um jogo de tabuleiro capaz de disseminar a cultura do seguro para toda a família. O brinquedo foi distribuído aos novos

e antigos clientes que fizeram depósitos a partir de R\$ 1 mil na previdência da Caixa e àqueles que contrataram um seguro de vida no banco, entre os dias 3 de novembro e 29 de dezembro de 2008. O resultado não poderia ter sido melhor. Em quase dois meses, foram distribuídos mais de 10 mil jogos em todo o país.

Seguro D&O ganha destaque com crise financeira

Cenário atual favorece novas contratações, mas também obriga companhias a elevar taxas, em virtude do aumento na sinistralidade

O seguro D&O está em evidência no mercado, em grande parte devido à crise financeira, que torna os executivos vulneráveis a ações judiciais. “Com falências, demissões coletivas e falta de liquidez, por exemplo, o administrador fica muito mais exposto”, afirma Adriano Corleto, gerente de Linhas Financeiras da ACE Seguradora.

“Como estamos em uma crise, com crédito escasso e economias freadas, muitas empresas pretendem ou já reduziram seus quadros de colaboradores. Outras entraram em situações financeiras mais complicadas, por conta de matrizes fechando as portas, etc. Dessa forma, a procura pelo D&O cresce, como no caso notório de investidores que tiveram prejuízo com operações de deriva-



Adriano Corleto – ACE Seguradora

tivos. Muitos diretores poderão ser demandados, tornando o D&O, além de outros seguros, algo ainda mais necessário”, completa Corleto.

Ele, no entanto, observa que há outros fatores que têm dado novo fôlego ao D&O nos últimos anos, como a mudança ocorrida na legislação brasileira, que ampliou a responsabilidade do administrador por sua gestão - seja em companhias de capital aberto, fechado ou até mesmo em entidades sem fins lucrativos.

“Também não podemos esquecer do crescimento econômico do país nos últimos tempos, além do avanço da cultura brasileira quanto à contratação e conhecimento de seguros não-tradicionais e a abertura do mercado de resseguros, que trouxe e trará ainda mais competitividade à carteira”, acrescenta Adriano.

OPORTUNIDADE DE CRESCIMENTO

O diretor de Grandes Riscos da Allianz Seguros, Ângelo Colombo, concorda sobre as mudanças na legislação e sobre cenário atual, que favorece a contratação do D&O, apontando também “acionistas minoritários que se sentem prejudicados por decisões tomadas pelos dirigentes”.

Ângelo diz que “por um lado, hoje temos o pior cenário para o seguro D&O, no que diz respeito a taxas e condições, mas por outro lado, vem a oportunidade de crescimento”.

Já Leandro Martinez, da Chubb Se-



Leandro Martinez – Chubb Seguros

guros, faz um balanço histórico, argumentando que o pontapé inicial para o crescimento do produto aconteceu em meados da década de 90, com a privatização das empresas e a vinda de muitos executivos do exterior, que cobravam a contratação do D&O como condição para se instalarem no Brasil.

Leandro é outro que menciona as mudanças na legislação, permitindo responsabilizar os executivos com a aplicação de diversas leis e “cláusulas abertas”, além da vertiginosa queda nas taxas, que em 2008 sofreram retração “de 50% a 60%”.

“A crise tem contribuído para aumento da procura do D&O porque alguns administradores podem ser responsabilizados por operações na Bolsa que geraram prejuízos, por exemplo”, reforça.

SINISTROS MAIS COMUNS

Leandro considera que a maioria das indenizações de D&O pagas hoje no Brasil é relativa a questões tributárias e fiscais, mas ele lembra que os problemas trabalhistas também são relevantes, principalmente a partir da Emenda Constitucional 45, de 2004, “que transferiu para a Justiça do Trabalho as relações legais entre empregado e empregador para efeito de indenização”.

Fato é que, em paralelo, cresce o volume de ações que demandam os executivos em casos de assédio moral. “Essa é uma questão que tem preocupado muito as empresas S/A de capital fechado. A maioria dos clientes desse segmento demanda o seguro D&O pela preocupação das reclamações trabalhistas que possam recair contra os executivos, como o dano moral, incluindo situações de assédio, humilhação e término indevido do contrato de trabalho”, analisa Ângelo Colombo, da Allianz.

Adriano Corleto, da ACE, vai mais longe e diz que “sem dúvida, assédio moral e sexual são temas do momento”. Na apuração dele, em cada dez ações trabalhistas, seis a sete pleiteiam danos morais, sejam com ou sem fundamento. “Dessas ações trabalhistas, muitas poderão envolver o administrador, principalmente por assédio sexual, considerado crime”, ressalta.

CENÁRIO E PERSPECTIVAS

Para Ângelo Colombo, da Allianz, os anos de 2007 e 2008, antes da crise, foram considerados como períodos do mercado “soft”, ou seja, as taxas de seguro de D&O estavam em queda devido ao bom momento financeiro mundial.

“Com a crise, o mercado financeiro de seguros, principalmente



Ângelo Colombo – Allianz Seguros

o seguro D&O, entra no mercado ‘hard’, onde as taxas estão elevadas. Nota-se que o D&O e o mercado financeiro possuem relação direta ao contrário. Em momento de crise, fatalmente a taxa de D&O sobe em virtude do risco de indenizações severas”, aponta Ângelo.

A Allianz Seguros começou a operar com D&O no Brasil apenas em maio do ano passado, mas, de acordo com Ângelo, já conquistou 10% do *market share* nacional, graças ao expertise mundial da Allianz, primeira no ranking europeu do D&O.

“As características européias são mais próximas do Brasil, possibilitando uma condição acessível, principalmente às empresas que nunca contrataram esse tipo de seguro. Nosso foco é ganhar reconhecimento no nicho ainda pouco explorado, que são as empresas de pequeno e médio portes”, completa Ângelo.

Leandro Martinez, da Chubb, acredita que há espaço pra crescer em 2009, muito por causa da carteira de clientes bem diversificada. “A Chubb atende, por exemplo, grandes bancos, fundos

de pensão e entidades sem fins lucrativos”.

Na sua opinião, mais importante do que fazer projeções de crescimento, é olhar para a rentabilidade da carteira, “obtida por meio de análises de risco muito rigorosas”, enquanto o aumento das taxas é inevitável: a Chubb já vem trabalhando com acréscimo de 12% nas renovações do D&O.

TAXAS MAIS ELEVADAS

Adriano Corleto, da ACE, aponta que, em 2009, a elevação das taxas do D&O pode variar de 20% a 30% ou até mesmo dobrar, dependendo do ramo de atividade do segurado e do risco envolvido. “Os prêmios já atingiram, praticamente, seu piso sustentável”, ressalta.

Para fazer frente à concorrência, a ACE conta com um produto de grande abrangência. “As coberturas vão desde tributárias e trabalhistas, até penhora online e custos de possível extradição, mais uma inovação da ACE. Além disso, procuramos ter o clausulado mais amplo e claro do mercado”, afirma Adriano.

Em 2008, a ACE alcançou a segunda posição no ranking nacional em volume de prêmios e a liderança no número de apólices. A meta agora é ampliar as conquistas.

“A ACE zela muito pelo underwriting, ou seja, pela subscrição completa do risco. Isso envolve uma análise profunda de equilíbrio entre balanços, demonstrações de resultado, performance de ações, capitalização, valor de mercado, concorrentes, governança corporativa, entre outros itens. A análise é bem ampla, como se fosse uma análise de investimento e crédito, aliado aos fatores específicos do D&O”, conclui Adriano.

Mercado de capitalização cresce 15% e fatura R\$ 8 bilhões até novembro de 2008

Receita mensal soma R\$ 876 milhões e reforça estabilidade do setor, que tem o estado de São Paulo na liderança em faturamento

Segundo dados divulgados pela FenaCap (Federação Nacional de Capitalização), a receita acumulada pelo mercado de títulos de capitalização até novembro de 2008 soma R\$ 8 bilhões, o que representa um crescimento de 15% sobre o mesmo período de 2007. O faturamento mensal totaliza R\$ 876 milhões, acima da média apresentada durante o restante do ano. Já as reservas atingiram R\$ 11,7 bilhões em novembro.

“Mesmo com a crise financeira, a estabilidade da economia brasileira tem propiciado regularidade nas vendas de títulos de capitalização por transmitir segurança ao consumidor, que se sente estimulado a colocar em prática o hábito de poupar”, analisa Hélio Portocarrero, diretor-executivo da FenaCap. “Outro motivo são as opções de produtos ofertados que conseguem atingir a todas as classes sociais”, complementa.

Para Ricardo Flores, presidente da FenaCap, esse desempenho é influenciado, ainda, pelo aspecto lúdico dos títulos. “Os sorteios agregam valor aos produtos, o que também contribui para os números alcançados em 2008. Além

disso, os resultados indicam que a capitalização tem atendido aos objetivos de quem opta por essa modalidade”, acrescenta Flores.

O estado de São Paulo continua na liderança do ranking nacional com faturamento, no período, de R\$ 3 bilhões e participação de 37% no segmento. O Rio de Janeiro ocupa a segunda colocação com receita de R\$ 860 milhões e 11% de presença no setor, e Minas Gerais vem em terceiro lugar com R\$ 732 milhões e 9% da fatia do mercado.

PAPEL DE CONSOLIDAÇÃO

A FenaCap (Federação Nacional de Capitalização) foi criada em 2007 para consolidar o papel da capitalização no contexto econômico e social. A entidade, composta por representantes das empresas do setor, chega para dar continuidade ao trabalho desenvolvido da Comissão de Capitalização da Fenaseg (Federação Nacional das Empresas de Seguros Privados e Capitalização), cujo papel era organizar iniciativas e realizar ações que tornassem a sistemática do produto de fácil compreensão e com a máxima transparência para o consumidor.



Ricardo Flores - FenaCap

Atualmente, os títulos de capitalização se dividem nas seguintes modalidades: Tradicional: com retorno do valor pago ao final de um período, corrigido monetariamente; Compra Programada: voltado para a aquisição de bens; Popular: produto com foco no aspecto lúdico dos sorteios; e Incentivo: usado como incentivo à comercialização de bens e serviços.

Parceria Segura

A Sodexo Cheques e Cartões de Serviço, empresa do grupo francês Sodexo - multinacional francesa líder mundial em alimentação e gestão de serviços - firmou parceria com a Aon Affinity do Brasil, corretora especializada em seguros massificados, lançan-

do no mercado brasileiro um programa completo de seguros.

Num primeiro momento, a Sodexo vai oferecer às empresas clientes (onde os funcionários são os segurados), via central de atendimento e portal exclusivos, o Seguro de Vida em Grupo.

Nos próximos cinco anos, a parceria deve disponibilizar mais de dez produtos de seguros massificados, com os mais variados tipos de coberturas. A expectativa de faturamento em prêmios para os primeiros cinco anos do programa é de R\$ 10 milhões.

Pesquisa da Crédito y Caución coloca o Brasil como pólo de investimentos

Apesar do cenário de incertezas, país é máxima prioridade para 69% das empresas estrangeiras nos próximos três anos

O Brasil é o mercado prioritário na estratégia de 69% das empresas com interesse na América Latina até 2011, pelo menos. México (48%) e Argentina (40%) completam a lista dos países mais atrativos na região. O interesse é influenciado pela desaceleeração dos mercados tradicionais.

Esses indicadores foram revelados por pesquisa da CyC realizada em colaboração com a Economist Intelligence Unit, departamento de investigação do semanário britânico The Economist. Para sua realização, foram entrevistados 300 executivos que atuam na Europa e nos Estados Unidos.

De acordo com o diretor da CyC, Flavio Navarro, os estudos da empresa são mensais ou trimestrais e visam mapear o potencial de novos negó-

cios e oportunidades, especialmente em países emergentes.

ANO DE CONSOLIDAÇÃO

Navarro lembra que a CyC viveu em 2008 “um ano de consolidação” no Brasil pela expansão das operações e a marca de R\$ 3 milhões em prêmios com clientes em quase todos os setores da economia: construção civil, alimentação, eletro-eletrônicos, informática, etc.

Mas ele reconhece que falta cultura do seguro no Brasil, em comparação com os mercados norte-americano e europeu. “Se somarmos toda a indústria de seguros do país, não chegamos a 4% do PIB. Isso é pouco. Na Espanha, por exemplo, os seguros representam 15% do PIB”.

E é no contexto de crise financeira mundial, somado ao Brasil como alvo de investimentos externos, que o Seguro de Crédito, especialidade da CyC, ganha destaque no mercado. Navarro faz inclusive o paralelo de hoje com o histórico da criação do Seguro de Crédito.

“Vivemos um momento de falta de confiança e de incertezas quanto ao futuro, como no pós-Guerra, quando surgiu o Seguro de Crédito. É assim que nosso produto entra como ferramenta de sustentabilidade ao crescimento, assegurando a manutenção de exportações e de transações comerciais internas”.

Para 2009, Navarro considera que a

CyC tem condições de quase triplicar os resultados do ano passado, apesar de reconhecer que a concorrência é crescente no segmento e do pouco tempo – um ano e meio – que a empresa está no Brasil.

Ele ressalta ainda que “há espaço para todo mundo” nesse ramo e o Seguro de Crédito protege empresas e nações justamente por garantir a movimentação da economia, mesmo em contexto adverso.

ATUAÇÃO EM 40 PAÍSES

A Crédito y Caución contribui há 80 anos para o crescimento das empresas, protegendo-as dos riscos de não pagamento associados às vendas a crédito de bens e serviços. Com mais de 70 sucursais, a CyC tem cerca de 33% do mercado em Portugal e 60% na Espanha, o que se traduz na liderança ibérica do setor.

Como operadora do Grupo Atradius em Portugal, Espanha e Brasil, a CyC proporciona seguros de crédito, caução e serviços de recuperação de dívidas em 40 países.

Com lucros totais cerca de 1.800 milhões de euros e participação de 31% no mercado global dos seguros de crédito, o Grupo Atradius assegura anualmente cerca de 590.000 milhões de euros do comércio mundial.

Com 160 sucursais, tem acesso à informação comercial de mais de 52 milhões de empresas em todo o mundo e toma mais de 22.000 decisões diárias de limites de crédito.



Flavio Navarro – Crédito & Caución

Crise econômica já compromete investimentos na área da saúde suplementar

Especialista alerta que “desvalorização do real soa como alarme no encarecimento da assistência médica”

Segundo o diretor da Sociedade Brasileira de Medicina de Seguros, que também é superintendente médico de uma grande operadora de saúde, Dr. Henrique Oti Shinomata, a crise já pode ser sentida em todos os setores da economia, principalmente na saúde suplementar.

A oscilação cambial é a primeira preocupação dos investidores da área. Como boa parte dos insumos e medicamentos são provenientes do exterior, a desvalorização do real soa como um alarme do encarecimento da assistência médica.

“Muitos planos de saúde já começaram a repassar esse aumento no custo aos consumidores, que contarão com assistência médica menos efetiva. No caso das empresas, o RH já sente o aumento das despesas no setor, que chegará a 10% em 2009. Ressalto a necessidade de se fazer uma boa avaliação da necessidade do aumento dos preços, afinal, quando o dólar estava cotado a R\$1,65, não houve um barateamento dos planos”, afirma o especialista.

Apesar da desaceleração do crescimento, Dr. Henrique acredita que ainda é possível ser otimista, mesmo neste quadro econômico.

No momento, o especialista reforça a importância de se mudar os modelos já estabelecidos de saúde. Para ele, o primeiro ponto é a mudança de foco dos valores, que deve passar do cuidado com a doença para o cuidado com a saúde.

Em um cenário de crise, investir bem é o primeiro passo. Pesquisas recentes, segundo Dr. Henrique, demonstram que grande porcentagem dos casos de doenças poderiam ser prevenidas antes mesmo da doença se manifestar, muitos apenas com uma mudança de comportamento, baseado em dietas, exercícios, combate ao estresse e abstinência do fumo.

Exemplos desse novo modelo, onde os custos com a saúde são bem direcionados, são os “Hospitais-Dia”, que já começam a ser implantados na saúde. Nesses hospitais, são realizadas apenas cirurgias de pequeno e médio porte, para que, em



Dr. Henrique Oti Shinomata – SBMS

menos de 24h, o paciente possa estar em casa, junto à família, sem ocupar leitos em hospitais. Outro exemplo importante está no glicosímetro, distribuído por algumas operadoras de saúde, a pacientes com diabetes. No caso, cada paciente tem o seu e aprende a usá-lo em casa, deslocando-se menos até um hospital.

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



**Sistemas
Seguros**

"Soluções e serviços para o Mercado de Seguros."

"Nós nos preocupamos com tecnologia, enquanto você cuida do seu negócio."

Av. Angélica, 927 - 4º andar - Santa Cecília
Cep: 01227-000 - São Paulo - SP - Tel.: 11 3664-2040
E-mail: info@sistemas-seguros.com.br
Site: www.sistemas-seguros.com.br



Spring Wireless é nomeada líder em mobilidade corporativa pelo Quadrante Mágico do Gartner 2008

Entre os atributos considerados pelo Gartner estão capacidade de execução de projetos e os métodos administrativos da companhia

A Spring Wireless, líder mundial em soluções completas para *mobile business*, foi posicionada pelo Gartner Inc. como líder em mobilidade corporativa pelo Quadrante Mágico 2008. Pela primeira vez, uma companhia estreante foi nomeada líder pelo Quadrante do Gartner.

De acordo com o Gartner, para ser líder em soluções de mobilidade corporativa, as empresas devem ir além do suporte de suas plataformas. Obter uma visão ampla das empresas é fundamental, além do conhecimento sólido das necessidades de TI e das redes de canais e parceiros de mercado. Outro ponto importante é oferecer uma plataforma fácil de acessar, programar, habilitar e atualizar.

“Acreditamos que estar entre os líderes do quadrante pelo Gartner é a terceira parte mais importante do reconhecimento de nossa aproximação e modelo de negócios. Nossos clientes conseguem reduzir o tempo gasto com suas operações e diminuição de custos. Além disso, somos a única empresa que oferece uma solução móvel completa, que combina tecnologias potentes em

plataformas, aplicações e serviços”, afirma Marcelo Conde, presidente da Spring Wireless.

Com mais de 240 mil usuários em todo o mundo, cerca de 2 mil clientes e um crescimento anual médio de 100% desde sua fundação em 2001, a Spring Wireless tem uma das maiores bases instaladas na indústria e possui um crescimento acelerado, sendo a mais rápida entre os concorrentes.

Segundo estimativas do Gartner, o total gasto com as plataformas de soluções de mobilidade corporativa ficou entre US\$ 625 milhões e US\$ 750 milhões, em 2007. Cerca de 20% a mais do período anterior. O Gartner ainda prevê que o mercado deve chegar a US\$1 bilhão até 2010.

A Spring Wireless oferece uma solução que estende informações e funcionalidades dos sistemas corporativos para dispositivos móveis, utilizando praticamente qualquer rede de comunicação. A Spring ajuda as empresas, incluindo seguradoras, a aumentar sua eficiência e produtividade.

Por meio de sua oferta completa e robusta, desenvolve, implanta e geren-



Marcelo Conde – Spring Wireless

cia soluções de *mobile business* construídas com base em tecnologias “padrão de mercado” e suportadas pelo seu conhecimento e experiência em hospedagem, conectividade, software e serviços para esse tipo de solução. Dessa forma, a Spring Wireless provê a seus clientes uma fonte única para soluções móveis confiáveis, seguras, estáveis e orientadas ao retorno sobre o investimento.

O que é o Quadrante Mágico

O Quadrante Mágico é uma representação gráfica do mercado e de um período específico. Ele retrata as análises do Gartner, de como certos vendedores mensuram critérios para aquele mercado, definido pelo instituto.

A entidade não aprova nenhum vendedor, produto ou serviço retratado no Quadrante Mágico e não recomenda aos usuários de tecnologia selecionar vendedores localizados nos “líderes” do Quadrante. O Quadrante Mágico possui a função

única de ferramenta de pesquisa e isso não significa que seja um guia específico de ações. O Gartner nega toda garantia expressa ou implícita no que diz respeito às pesquisas, inclusive mercantibilidade ou adequação para propostas particulares.

Zatix entra no mercado com fusão de Graber, OmniLink e Teletrim

União cria a maior empresa nacional em número de veículos monitorados que oferece o mais amplo leque de produtos e serviços do setor

A Zatix é a mais recente novidade no mercado de rastreamento e monitoramento de veículos, resultando da associação entre a Graber Rastreamento, OmniLink Tecnologia e Teletrim Monitoramento, lideradas pelo Pátria Investimentos.

Recentemente adquiridas pela OmniLink, a Control Loc e a Rodosis também integram a nova companhia sob a administração da OmniLink. O resultado desta associação é uma empresa apta a oferecer a mais completa gama de produtos e serviços de todo o setor, promovendo a atuação das empresas como unidades de negócios independentes.

Com uma base instalada de 250 mil veículos, a Zatix atua no setor de monitoramento, rastreamento, telemetria e logística para os segmentos de carga, casco, veículos de passeio e motos. Seu público-alvo são tanto pessoas físicas como jurídicas, independentemente do porte. A nova empresa também tem a maior rede de atendimento do país.

DIFERENTES EXPERTISES

Com a coordenação do Pátria Investimentos, a fusão de três das mais importantes marcas do mercado nacional de monitoramento e rastreamento de veículos, telemetria e logística, reconhecidas no país por suas diferentes expertises, conta com 2,5 mil colaboradores diretos e indiretos.

A Graber, que tem grande experiência em segurança e recuperação de veículos, mantém uma equipe especializada em segurança e pronta-resposta – a Central de Gerenciamento de In-

teligência e Segurança – que oferece seus serviços em todo o Brasil.

A empresa é a única do setor de rastreamento automotivo a conquistar certificação do Instituto Det Norske Veritas (DNV). A Graber também possui um dos mais altos índices de recuperação do mercado e que são verificados e confirmados por auditoria realizada a cada quatro meses.

Para saber mais sobre a Graber Rastreamento, acesse <http://www.graber.com.br/empresa/>.

PIONEIRISMO

Pioneira no desenvolvimento tecnológico no mercado de rastreamento e monitoramento de transportes, a OmniLink Tecnologia tem fábrica própria em Santa Rita do Sapucaí (MG), onde projeta e produz os mais modernos sistemas e equipamentos utilizados em transportes em todo Brasil.

Idealizadora do conceito de inteligência embarcada, lançou o primeiro rastreador híbrido Iridium & celular do mundo e o primeiro rastreador duplo chip celular. A marca adquiriu recentemente a Control Loc e a Rodosis, que também integram a associação.

Para saber mais sobre a OmniLink Tecnologia, acesse <http://www.omnilink.com.br/>.

ALIANÇAS ESTRATÉGICAS

Com a maior rede

credenciada de instalação e assistência técnica do Brasil, presente em mais de 1,5 mil cidades, a Teletrim Monitoramento, criada em 2000, oferece serviços de rastreamento, localização e bloqueio de veículos.

A Teletrim Monitoramento possui alianças estratégicas com oito das 15 maiores seguradoras do Brasil, além de atender o segmento de frotas e veículos de passeio.

Para saber mais sobre a Teletrim Monitoramento, acesse <http://www.teletrim.com.br/monitoramento/index.htm>.

Oriundo do antigo Banco Patrimônio, o Pátria Investimentos, criado em 2003, é uma das principais empresas gestoras de recursos de terceiros do Brasil, especializada na administração de investimentos em participação (Private Equity), fundos multi-mercados, investimentos imobiliários e consultoria em fusões, aquisições e reestruturações corporativas.



Lincx Odontologia tem 98% de aprovação em serviços

Atendimento telefônico e desburocratização também foram avaliados por dentistas da rede credenciada

A Lincx Odontologia é vista por 98% dos dentistas credenciados como ótima ou excelente prestadora de serviços, segundo pesquisa realizada pelo departamento odontológico, que avaliou a opinião desses profissionais em relação aos serviços oferecidos pela empresa. A postura da Lincx em face das novas idéias é considerada ótima ou excelente por 100% dos dentistas.

Do total de pesquisados, 95% consideram excelente a qualidade das informações passadas pela Lincx. A companhia é avaliada por 97% do

público questionado como uma empresa que desburocratiza a forma de trabalho, facilitando o dia-a-dia do profissional. O atendimento telefônico também foi citado como ótimo ou excelente por 91% dos entrevistados.

“Esses resultados só nos estimulam a desenvolver um trabalho ainda mais personalizado e com características únicas no segmento. O grande desafio para 2009 será incrementar – ainda mais – os nossos diferenciais”, afirma Dra. Fernanda Ceneviva Monseur, diretora da Lincx Odontologia.



Fernanda Ceneviva Monseur - Lincx

Lincx é eleita pelos RHs como fornecedora de confiança

A Lincx Serviços de Saúde conquistou o Prêmio Fornecedores de Confiança 2008, na categoria Planos de Saúde, promovido pela Revista Melhor Gestão de Pessoas, da Editora Segmento.

Além dessa posição, a operadora ganhou ainda o troféu de Destaque em Planos de Saúde. Antes desse reconhecimento, a Lincx foi considerada por 98,4% dos médicos, clientes, hospitais e laboratórios como excelente ou ótima empresa de serviços de saúde, pela qualidade da rede credenciada, atendimento personalizado, além dos diferenciais que oferece aos clientes.

A pesquisa da Revista Melhor, realizada pela 2B Brasil Marketing Research, para classificar os melhores fornecedores para Recursos Humanos, ouviu os próprios clientes das 80 em-

presas inscritas no prêmio. Foram feitas mais de 2 mil entrevistas.

Para Silvio Corrêa da Fonseca, presidente da Lincx, é uma honra ter esse reconhecimento dos próprios clientes. “Trabalhamos sempre com o foco voltado totalmente para os nossos parceiros. São eles que contribuem para aprimorarmos a cada dia os serviços que oferecemos”, conta.

A Lincx fechou 2008 com um faturamento de R\$144 milhões, 41% a mais que em 2007, quando registrou R\$102 milhões. Nos últimos cinco anos, a média de crescimento da empresa foi de 26% ao ano.

DE MÉDICO PARA MÉDICO

Fundada por médicos em 1994, a Lincx Serviços de Saúde atua nas classes A

e AB. Hoje, os planos médico e odontológico da companhia são reconhecidos pelas áreas de RH das empresas como ferramenta para reter os grandes talentos.

Entre os principais diferenciais da Lincx estão o corpo médico e odontológico credenciados além dos serviços de atendimento clínico 24 horas, seja em domicílio ou no escritório, e a fisioterapia *in home*.

Além de um seleto grupo de corretores, a Lincx tem em seu quadro de colaboradores promotoras que freqüentam o prestigiado círculo da sociedade paulistana. A Lincx está presente em São Paulo, Rio de Janeiro e Londrina. Em 2008, entrou para o ranking da revista Exame PME como uma das 100 empresas que mais crescem no Brasil.

Mais interativo e dinâmico

Mapa do Site

PLANETA SEGURO

A Unibanco Seguros & Previdência anuncia os campeões do 1º Prêmio Fornecedor em Destaque.

Busca no Site

Destaque São Paulo, quarta-feira, 4 de fevereiro de 2009

A História dos Seguros no Brasil

Fonte: Folha de São Paulo

PUBLICIDADE: 400 livros clássicos, práticos ou best-sellers a partir de R\$...

Lazam-MDS inicia 2009 com mais uma aquisição
A corretora de seguros Lazam-MDS, joint-venture dos Grupos Suzano (Brasil) e Sonae (Portugal), acaba de concluir mais uma... (Leia mais)

Brasil é o quarto país que mais aplica seguro rural
O seguro rural é uma ferramenta importantíssima para a agricultura brasileira. Hoje somos o quarto maior país que atua com esse... (Leia mais)

Subsídio federal estimula contratos de seguro rural
A reformulação do mercado de seguro agrícola desencadeada pela criação do Programa de Subvenção ao Prêmio e a constante busca pela... (Leia mais)

Chubb Corporation registra lucro de US\$ 1,8 bilhão
A Chubb Corporation registrou lucro líquido de US\$ 1,8 bilhão (US\$ 4,92 por ação) em 2008, sendo US\$ 407 milhões (US\$ 1,13 por ... (Leia mais)

Últimas Notícias

quarta-feira, 4 de fevereiro de 2009

- Grupo Generali no resseguro
- ACE fecha acordo com Sincor-GO para proteger corretor de seguros
- Jovens optam por seguir carreira no seguro
- Curso da Funenseg prorroga inscrições
- Como implementar controles internos em empresas do setor de seguros
- Os horizontes da economia brasileira
- Intermodal South America cresce 12%
- Entidades do setor falam sobre a Intermodal
- Setor de reposição automotiva está aquecido e vendas superam expectativas
- Ainda sobre as tempestades de verão

Todas notícias

Tempo Agora
Belo Horizonte-MG
QUA-04/02
MÁX. 20°C
MÍN. 21°C
CHUV. 2mm
pancadas

em até 18x
Gps Faston 430
Toque Na Tela...
R\$429,90
CLIQUE E COMPRE

Submarino
Submarino
OFERTAS SECRETAS

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

- Atualização diária;
- Cobertura de eventos e 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.
- 15 mil Page View/dia

Gratuito
Não precisa
cadastro e senha

Seminário defende importância de sistema para verificar solidez financeira

Evento da Fipecafi também apontou que os modelos de risco devem considerar agora maior número de variáveis

“A discussão em torno de Solvência II em implantação no mercado segurador europeu tem inspirado vários novos sistemas de solvência no mundo e é uma inspiração de melhores práticas para o Brasil”.

A avaliação é de Fernanda Chaves, professora da PUC-Rio e diretora do IBA (Instituto Brasileiro de Atuária), durante o “Workshop Internacional: solvência e supervisão baseada em risco”, realizado no dia 8 de janeiro de 2009, na sede da Fipecafi (Fundação Instituto de Pesquisas Contábeis, Atuariais e Financeiras), em São Paulo.

A Solvência II é o projeto de unificação de sistema de supervisão para verificar solidez financeira das seguradoras européias. E tem entre suas principais características o capital baseado em risco; foco em grupos; mensuração de ativo e passivo de uma forma consistente com o mercado e o possível cálculo de capital por meio de metodologia interna ou própria. “Esse sistema funciona como referência para que as empresas brasileiras possam desenvolver seu próprio modelo”, avalia Fernanda Chaves.

“Os principais desafios para a implantação do modelo interno foram o levantamento de dados detalhados de exposição e sinistros e a busca de conhecimento necessário para sua elaboração e desenvolvimento”, disse Fabiano Lima, consultor de gestão de Riscos de Seguros da SulAmérica, que apresentou o *case* da companhia durante o evento.

CASO AIG

Durante o evento, o consultor da Fundação, Luiz Jurandir Simões, apresentou o “Caso do grupo AIG e algumas discussões de longo prazo” a respeito de modelos de risco.



“Governança corporativa e sustentabilidade são termos que surgiram para ordenar e disciplinar os grandes grupos econômicos, pois uma parte substancial do funcionamento da economia depende deles e é responsabilidade dessas organizações garantirem a solidez do sistema financeiro”, ressalta o consultor da Fipecafi.

O executivo também abordou na palestra uma das premissas do mercado “se quiseres retorno alto, suportai risco alto”, no entanto, ele explicou que as grandes corporações priorizam somente o retorno, consequência da exigência dos acionistas por alto desempenho no curto espaço de tempo.

Em seguida, o professor Emiliano Valdez, da Universidade de Connecticut, apresentou a palestra “Modelos de Dependências para Avaliação de Solvência”. Eduardo Fraga Lima de Melo, coordenador de gerência de Risco de Subscrição da Susep, afirmou que o processo de governança e comunicação dos modelos internos é tão importante quanto a sua construção.

Atuação da Fipecafi

A Fipecafi (Fundação Instituto de Pesquisas Contábeis, Atuariais e Financeiras) foi fundada em 1974 por professores do Departamento de Contabilidade e Atuária da FEA/USP (Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo) e atua desde então como órgão de apoio institucional ao Departamento.

Entre seus principais objetivos estão: a missão de desenvolver e promover a divulgação de conhecimentos da área contábil, financeira e atuarial, organizar cursos, seminários, simpósios e conferências, prestar serviços de assessoria e consultoria e realizar pesquisas, atendendo entidades dos setores público e privado. Mais informações: <http://www.fipecafi.org>

Mora no pagamento do prêmio de seguro*

O contrato de seguro, ao contrário das relações obrigacionais em geral, não pode ser visto como expressão de uma específica relação paritária ou mesmo potencialmente paritária, correspondendo a uma complexa e organizada estrutura econômica formada fundamentalmente por segurados, seguradoras e resseguradoras, que tem por objetivo diluir ou pulverizar riscos e repartir as consequências econômicas de eventuais sinistros.

A falta de pagamento do prêmio afeta negativamente a organização técnico financeira a que se vincula toda uma coletividade, prejudicando o equilíbrio da relação entre todos os envolvidos. Por conta disso, as leis estabelecem sanções ao segurado, que variam da suspensão da garantia até a resolução do contrato.

O Projeto de Lei número 3.555 de 2004, que em 2008 foi tomado como um dos dois projetos-fonte da nova lei de seguros de Portugal (agosto 2008), neste sentido, buscou inspiração nas mais modernas legislações de todo o mundo e na jurisprudência dos tribunais brasileiros para estabelecer a seguinte regra:

Quando se tratar de prêmio em

prestação única ou da primeira prestação de prêmio fracionado, a mora resolve o contrato de pleno direito.

Quando o prêmio for fracionado e a mora for de outra parcela que não a primeira, o segurado será interpelado para purgá-la no prazo estabelecido. Se o pagamento não for efetuado no prazo (que não pode ser inferior a 15 dias a contar da notificação) a garantia ficará suspensa. Caso, ainda assim, o segurado não efetue o pagamento, será novamente notificado a respeito da resolução do contrato, que ocorrerá após período não inferior a 30 dias da suspensão da garantia.

O art. 763 do Código Civil estabelece que *“não terá direito à indenização o segurado que estiver em mora no pagamento do prêmio, se ocorrer o sinistro antes de sua purgação”*, regra que já se encontrava com evidente ineficácia no art. 12 do Decreto-Lei nº 73/66.

A mudança proposta no PL 3555/04 com relação ao Código Civil justifica-se porque o atraso no pagamento do prêmio por parte do segurado que já demonstrou ter interesse real no seguro pode ser tratado com alguma tolerância sem que o sistema seja levado à ruína.

É demais rigoroso impor ao segurado a perda do direito à garantia sem lhe conferir a última oportunidade de pagar o prêmio vencido.

As próprias seguradoras perceberam que vale a pena conferir nova chance aos segurados e passaram a estimular a purgação da mora, concedendo novo prazo, sem qualquer aplicação de penalidade, ou até mesmo optaram por valer-se da compensação entre o prêmio vencido e não-pago e a indenização devida por sinistro.

Também os Tribunais já haviam consolidado o entendimento de que é abusiva a suspensão da garantia contratual sem que o segurado seja notificado da grave consequência, posicionamento similar aos casos de serviços de energia e telefonia.

Diante da realidade fática, ameaçando de ineficácia o art. 763 do Código civil, o PL 3555/04 representa um significativo avanço para o setor ao manter as penalidades de suspensão e resolução e regular pacientemente suas aplicações. Evita a litigiosidade, acaba com a insegurança jurídica e preserva tanto o equilíbrio econômico do contrato de seguro, como não permite que ele se afaste de sua função social, considerando, de um lado, a importância do prêmio para o funcionamento do sistema e, de outro, o direito do consumidor.

*** Texto assinado pelo IBDS (Instituto Brasileiro de Direito do Seguro), apresentando aspecto do Projeto de Lei que está em tramitação no Congresso.**



instituto brasileiro de direito do seguro

Comentário à questão da mora do segurado (pagamento do prêmio) no âmbito do PL 3555/2004

Por Plínio Machado Rizzi*

É, de fato, interessante e útil a proposta contida no PL 3555/2004, em relação à mora do segurado no que diz respeito ao prêmio. Como se vê no texto do IBDS, dois serão os regramentos, um para situações de prêmio único, outro para prêmios parcelados.

Começando pelo segundo caso, sem dúvida alguma, o projeto orientou-se pelas lições que vieram da jurisprudência. Nossos tribunais, em especial da vigência do Código de Defesa do Consumidor em diante, sistematicamente, consagraram a tese de que a resolução do contrato pela só inadimplência, sem qualquer notificação por parte do segurador era ineficaz.

Decisões sobre decisões conferiram validade ao contrato, uma vez vista a inércia da seguradora no que diz respeito a notificar o segurado. Assim, uma vez em vigor o projeto ora em tramitação, o que se terá é uma norma de direito positivo capaz de espancar qualquer dúvida a respeito, sem que haja prejuízo para as partes: o segurador, com grande probabilidade, poderá manter o negócio conquistado (normalmente depois de árduo trabalho) e o

segurado, por alguma inadvertência ou descuido, não se verá privado da garantia assecuratória.

DIFERENÇA DE TRATAMENTO

É, todavia, um tanto difícil entender a diferença de tratamento para situações rigorosamente iguais. A primeira prestação de um parcelamento ou a prestação única, pelas mesmas razões que as mediais, poderá ser inadimplida por esquecimento, descontrole, um simples descuido.

O sinistro, é bem sabido, dispõe dos 365 dias da vigência para ocorrer, o que significa que sua materialização nos primeiros quinze ou trinta dias (lapso usual concedido para o pagamento) nada tem de estranho. Nem de diferente em relação àquele segurado que deixou escoar uns tantos dias da terceira, da quarta, da enésima prestação.

Nesse sentido, parece prudente, parece sensato, que a regra seja única: caracterizado o inadimplemento, obrigarse-á o segurador a notificar o segurado, por via idônea e com a devida comprovação, concedendo-lhe prazo razoável para purgar a mora.

Talvez não se fizesse necessária uma segunda notificação (embora — reconheça-se — é regra amplamente favorável ao consumidor), mas, rigorosamente, do ponto de vista de lógica do sistema, não há fundamento para tratamento diferente em situações de igualdade.

É, para resumir, aplicação do princípio da isonomia.

*Plínio Machado Rizzi é advogado com especialização em seguros. Formado pela Faculdade de Direito da Universidade Mackenzie, São Paulo SP. Ingressou no mercado de seguros em 1976, desenvolvendo seu trabalho em empresas como Pamcary, Harmonia Corretora de Seguros (Grupo Alcoa) e Unimed Seguradora.

Dedica-se, ainda, desde 1982, ao magistério de seguros, tendo lecionado na IOB e Mapfre do Brasil, onde participou ativamente da formulação e implementação de cursos para os mais diversos níveis, bem assim na Fundação Escola Nacional de Seguros Funenseg.

Atuou também como consultor do Sebrae-SP, durante o período 1995-96, participando de ciclos de consultoria para corretores de seguros em todo o Estado de São Paulo, no âmbito de projeto patrocinado pelo Sindicato dos Corretores de Seguros de São Paulo e pelo Sindicato das Seguradoras, quando foram atendidos mais de 1300 profissionais.

É autor do manual Como Comprar uma Franquia, editado pelo Sebrae-SP.



Prudential do Brasil começa 2009 com ação solidária

Apoio ao Instituto Reação, do judoca campeão Flávio Canto, vai ajudar cerca de mil crianças e adolescentes

A Prudential do Brasil Seguros de Vida iniciou o ano ajudando a quem precisa. A companhia fez, no início de janeiro, uma doação de R\$ 25 mil para o Instituto Reação, comandado pelo campeão de judô Flávio Canto.

O instituto atende cerca de mil crianças e adolescentes com idades entre 4 e 20 anos, em sua maioria moradores das comunidades carentes da Rocinha e da Cidade de Deus, na cidade do Rio de Janeiro.

Por meio da prática do judô, busca fortalecer o caráter dessas crianças e estimular o trabalho em equipe. Além do esporte, o instituto fornece apoio psicológico, atendimento fisioterápico, eventos de integração e socialização, competições, reforço escolar e oficinas de aprendizagem.

Com a doação da Prudential do Brasil, o Instituto poderá levar uma equipe de jovens judocas aos campeonatos nacionais e seletivas. Para saber mais sobre a instituição do judoca Flávio Canto, acesse www.institutoreacao.org.br.

Consciente de sua responsabilidade ética e social, e com o objetivo de ajudar as comunidades onde atua, a Prudential do Brasil realiza, ao longo do ano, uma série de ações solidárias, como o Global Volunteer Day, quando seus funcionários e franqueados, juntamente com seus familiares, amigos e clientes, são convidados a experimentar a satisfação de ajudar instituições realizando diversos tipos de trabalho voluntário.

AÇÃO EM PORTO ALEGRE

Além do apoio ao Instituto Reação, a Prudential do Brasil Seguros

de Vida entregou, no dia 20 de dezembro, a quantia de US\$ 10 mil dólares (R\$ 21.605,00) à instituição sem fins lucrativos Creche Criança Feliz, da Associação dos Moradores do Vale dos Canudos, em Porto Alegre/RS.

A doação é resultado do Kiyō Sakaguchi Golden Heart Memorial Award (Prêmio Kiyō Coração de Ouro), um prêmio anual que destina uma doação em dinheiro para a instituição filantrópica indicada pelo Life Planner (Corretor Franqueado - CF) contemplado por sua excelência na Proteção Familiar. Em 2008, o Life Planner premiado foi Bernardo Bernardes, da agência Independência, de Porto Alegre.

Fundada em 1980, a Associação dos Moradores do Vale dos Canudos é uma associação civil de direito privado, sem fins lucrativos, que mantém a Creche Criança Feliz há mais de 20 anos. Na instituição, são atendidas 105 crianças de quatro meses a 13 anos de idade, sob os cuidados de 15 funcionários.

Com o recurso do Prêmio Kiyō Sakaguchi serão feitos, prioritariamente, uma reforma no refeitório, a construção de mais banheiros, além de reforço na segurança do prédio, que já foi invadido, com a compra de um sistema de alarme.



Alunos do Instituto Reação

O Prêmio Kiyō

A Prudential International Insurance instituiu o Kiyō Sakaguchi Golden Heart Memorial Award em memória de seu presidente, que representava verdadeiramente o espírito do Life Planner, como é chamado o profissional de vendas da Prudential, e a atividade de Proteção Familiar.

O ganhador de cada país onde a companhia está presente é escolhido por ser um profissional ético e empreendedor e, ao mesmo tempo, um exemplo de humanidade e dedicação às pessoas. Cada vencedor, assim como Bernardo Bernardes, do Brasil, indica entidades beneficentes para receberem a doação de US\$ 10 mil.

Por Cesar Romão*

1 Faça a melhor escolha para sua atuação - pessoas que acreditam em seu potencial, precisam começar pela melhor opção de mercado dentro de suas capacidades se quiser montar um negócio próprio. Caso queira criar uma carreira, o comportamento tem de ser o mesmo: encontrar aquela em que possa implementar suas capacidades. Quando a escolha de atuação está longe do verdadeiro potencial da pessoa, as coisas ficam muito mais difíceis.

2 Identifique uma necessidade - o atual mercado precisa de soluções em diversas áreas, é isto que as empresas procuram, e é este um ingrediente importante para uma ação encontrar eco quando colocada em prática. Quanto maior o mercado, mais soluções para novos desafios as pessoas precisam desenvolver, encontrar uma necessidade preponderante e fazer dela uma oportunidade pode ocasionar um movimento positivista em sua atuação. Além disso, o despertar de uma necessidade também é um ingrediente importante, significa identificar algo que o mercado ou as pessoas ainda não perceberam que precisam e que aquilo pode fazer bem a suas vidas pessoais e profissionais.

3 A Lei da Reciprocidade – Nessa Lei, o dar é o caminho, o receber será uma colheita silenciosa e privilegiada. Atuar com reciprocidade sem interesse, cria uma frequência especial ao seu redor, sintonizada em suas necessidades e nas peças que faltam em seu quebra-cabeças. Esse é o melhor caminho para criar ótimos relacionamentos e chances para identificar oportunidades. Fará de você uma pessoa lembrada pelo que realmente tem em seu interior.

4 Incentive o bem – Somente o bem pode encontrar o caminho verdadeiro, aquele que realmente toca o coração de quem quer chegar lá... Não existe vitória quando o bem não está presente em qualquer ação de vida, principalmente na busca do sucesso.

5 A estrada é longa, mas é linda - Por mais difícil que possa parecer realizar aquilo que se deseja, o aprendizado é sempre uma maneira de crescer. Por mais tempo que se leve para conquistar algo, o importante é sempre procurar aprender durante todo o caminho da busca pelo seu objetivo. Nunca perca o objetivo de vista, nunca deixa de admirar o caminho, é nele que estão os sinais que vão lhe dar a força que precisa para seguir.

6 Fique longe das pessoas “malas” - Existem pessoas que são um verdadeiro transtorno para suas próprias vidas. Elas vão levar para a vida de outras pessoas aquilo que possuem em suas próprias vidas, o transtorno obsessivo. Este pode se apresentar de diversas formas, mas o objetivo é apenas um: tentar fazer de você uma pessoa infeliz e cultivar a crença de que o sucesso é uma injustiça, só acontece para poucos. Procure ficar ao lado de pessoas nutritivas que realmente possuem um sentimento positivo por você.

7 Não transfira a culpa – De alguma maneira tudo que nos acontece teve início em algum momento de nossa vida, devido a um comportamento que gerou uma ação e uma reação. Assuma sua postura de vida e suas responsabilidades, não procure nada nem ninguém para ser sua mesa de pileques emocionais.

8 Agradeça sempre – a ingratidão nos afasta da sinergia e do sincronismo com o universo que estamos, assim como de nossas próprias vontades de realizações. Quando não agradecemos, não abençoamos o que surgiu em nosso caminho.

9 Mantenha sua fidelidade – Muita gente não é fiel ao que pensa nem ao que sente, eis um divisor terrível quando se está em busca do sucesso. Se você tem uma idéia e um sentimento que acredita que irão te levar onde quer ir, seja fiel à eles e aceite apenas os fatores externos que lhe ensinam a caminhar mais longe.

10 Ame o que realmente é importante – Tire de sua vida tudo que lhe causa algum tipo de incerteza e não lhe faz sentir bem. Ninguém é obrigado a conviver com mordidas ou cutucadas agudas. Dedique-se ao que realmente é importante, ao que realmente faz seu coração vibrar e sua mente sorrir, você nasceu para vencer, só você pode mudar isto, só você pode realizar isto.

* Cesar Romão é conferencista e escritor, autor do livro “Superdicas para motivar sua vida e vencer desafios” (Editora Saraiva).





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.

25 e 26 de março, 2009

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

Informes e Inscrições
André Pena

andre@revistasegurototal.com.br

José Francisco Filho

francisco@revistasegurototal.com.br

PABX: (11) 3884-5966

Organização e Patrocínio
Revista Seguro Total

