



## GBOEX Previdência Privada: Uma empresa com 96 anos de experiência

Sergio Luis Lhullier Renk e Nilton Celente Bermudez, executivos do GBOEX.

XXVI Encontro  
dos Corretores  
de Seguros

STF derruba  
isenção da Cofins  
para corretores

Comitiva da  
Tokio Marine  
em Dubai

Cirurgiões plásticos  
impulsionam  
RC Médico

Pesquisa sobre  
saúde dos  
executivos

# CAMPANHA DE VENDAS GRUPO LIBERTY.

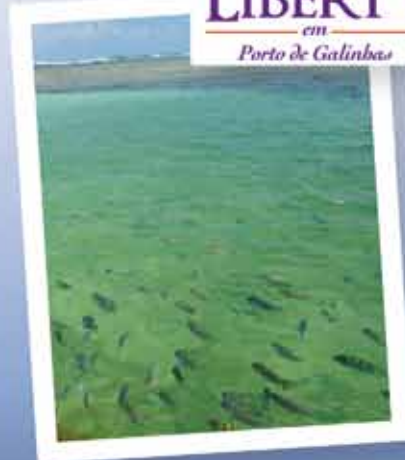
**O**s corretores com maior pontuação em vendas vão ganhar viagens incríveis para descobrir as maravilhas de Portugal e Porto de Galinhas.

*O Grupo Liberty quer que você faça parte dessa história.  
Embarque nesse desafio.*

*De 1/10/08 a 31/5/09*

*Participe!*

**LIBERTY**  
EM PORTUGAL



PARA MAIS INFORMAÇÕES, FALE COM O SEU GERENTE DE CONTAS OU ACESSE [WWW.LIBERTYWEB.COM.BR](http://WWW.LIBERTYWEB.COM.BR)

# No caminho do sucesso

A revista Exame trouxe ao Brasil, no dia 11 de abril, três economistas norte-americanos laureados com o Prêmio Nobel: Robert Mudell (1999), Joseph Stiglitz (2001) e Edward Prescott (2004), que participaram de debate sobre alternativas à crise global.

Todos eles foram unânimes em apontar que o Brasil vai bem, apesar da turbulência financeira. “O Brasil está numa boa posição, principalmente por causa da política monetária. Eu achava que o país tinha juros altos, mas isso está sendo bom agora”, opinou Stiglitz.

Ele disse que a atual taxa Selic permite espaço para ajustes na política monetária. Em outras palavras, o Brasil tem

margem para oferecer crédito mais barato, estimulando o giro da economia e o consumo de carros e eletrodomésticos, por exemplo.

Então, vamos em frente! O setor de seguros também se beneficia desse cenário, desde que as companhias estejam dispostas e capacitadas a apostar na tecnologia e inovação, buscando novos nichos e oportunidades – porque é em períodos de adversidades que se forja o sucesso sustentável.

O desafio está lançado. E vai ganhar mais quem sair na frente com movimentos de renovação consistentes e capazes de driblar as dificuldades de hoje, lançando mão de algo que o brasileiro tem de melhor: a criatividade que conduz à superação.

## Sumário

4 a 13	ACONTECE
14 a 17	CAPA
18 a 24	ESPECIAL
26 e 27	EVENTO
28 a 30	VITRINE
31 a 38	MERCADO
40	ENTIDADES
42	DEBATE
44	RESPONSABILIDADE SOCIAL
45	CARREIRA & COMUNICAÇÃO
46	ARTIGO

## Expediente

Edição Nº 94 - Ano IX

### Editor

José Francisco Filho  
MTb 33.063

### Jornalista Responsável

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

### Diretor de Marketing

André Pena  
andre@revistasegurototal.com.br

### Diretor Comercial

José Francisco Filho  
francisco@revistasegurototal.com.br

### Publicidade

Graciane Pereira  
graciane@revistasegurototal.com.br

### Designer Gráfico

Cleber Fabiano Francisco

### Webdesigner

Lukasz Izai Torres Fokin

**Periodicidade:** mensal

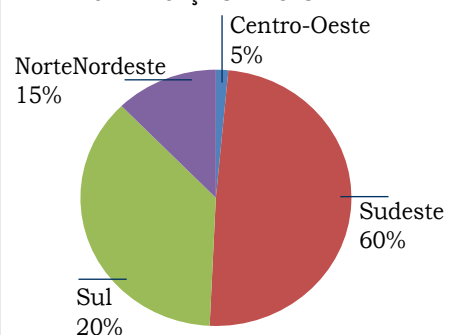
### Edição Final

Publseg Editora Ltda.  
seguro-total@uol.com.br  
Redação, administração  
e publicidade

Rua José Maria Lisboa, 593  
conj. 5 - CEP 01423-000  
São Paulo - SP  
Tels/Fax: (11) 3884-5966  
3889-0905

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

### DISTRIBUIÇÃO NACIONAL



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

# Bradesco Capitalização conquista Top Ambiental 2008

Pelo segundo ano consecutivo, a Bradesco Capitalização foi premiada com o Prêmio Top Ambiental, promovido pela Associação dos Dirigentes de Vendas e Marketing do Brasil (ADVB), pelo *case* “Bradesco Capitalização planta 20 milhões de árvores em 3 anos e acelera o processo de recuperação da Mata Atlântica”. A cerimônia de entrega da edição 2008 ocorreu em 23 de abril, no Hotel Terras Altas, em Itapeerica da Serra (SP).

Há cinco anos a Bradesco Capitalização mantém como princípio o desenvolvimento de produtos que contribuem para a sustentabilidade, com caráter so-

cioambiental, como a comercialização do título “Pé Quente Bradesco SOS Mata Atlântica”, que, em parceria com a Fundação SOS Mata Atlântica, destina parte dos recursos arrecadados para a recuperação desse bioma.

A ADVB criou em 1993 o Prêmio Top Ambiental (na época, chamado Top de Ecologia) para valorizar as empresas que apresentam soluções em favor do meio ambiente, contribuindo para a conservação ambiental através do desenvolvimento sustentável e estimulando assim consumidores e outras empresas a participarem da defesa do meio ambiente.



**Norton Glabes Labes e Ricardo Alahmar – Bradesco Capitalização**

## SulAmérica investe em qualidade de vida nas empresas clientes

A chegada do inverno aumenta de forma epidêmica a incidência de uma doença muito comum: a gripe. É nesse período que as empresas registram maior número de absenteísmo, causando reflexos na produtividade do funcionário e da equipe. Caracterizada por início súbito, com sintomas como febre, mal-estar, dores no corpo e de cabeça, a gripe é uma infecção respiratória altamente contagiosa que, segundo a Organização Mundial de Saúde (OMS), afeta de 5% a 15% da população mundial durante os surtos anuais.

Atentas a esse cenário, as empresas estão cada vez mais tendo consciência da importância da vacinação no ambiente de trabalho como prevenção e busca de qualidade de vida. A SulAmérica Saúde realiza este serviço há dez anos,

beneficiando anualmente cerca de 35 mil segurados e 200 empresas nas campanhas que vão de fevereiro a julho.

A vacinação contra a gripe reduz em até 44% as visitas médicas e em até 34% os episódios gripais, além de melhorar a satisfação no ambiente de trabalho, reduzindo o absenteísmo em até 43%. “Os funcionários ganham em qualidade de vida e as empresas em produtividade”, ressalta o diretor de Prestadores e Serviços Médicos, Roberto Galfi.

A iniciativa da SulAmérica faz parte do Programa Saúde Ativa, que há sete anos atua de forma preventiva com os clientes corporativos e inclui gerenciamento de fatores de risco, acompanhamento dos casos de doenças crônicas e a apresentação de palestras de prevenção de doenças.

### ACOMPANHAMENTO QUALIFICADO

Depois de traçar o perfil dos funcionários por meio de questionários, é dado início ao planejamento das ações de prevenção e, nos casos de doenças crônicas, o acompanhamento de profissionais qualificados.

O trabalho de implantação do programa não tem custo adicional para a empresa cliente, nem para os segurados.

Para a SulAmérica, o retorno do investimento no Programa Saúde Ativa está na melhoria da qualidade de vida dos usuários, além da redução da sinistralidade e gastos com serviços de saúde.

Para a empresa cliente, o ganho é em produtividade, uma vez que a medicina preventiva reduz o absenteísmo dos funcionários.



ESCOLA NACIONAL de SEGUROS  
FUNENSEG

## Curso Superior de Administração

*Único no País* com Ênfase em Seguros e Previdência

# Vestibular 2009/2

São Paulo



Conquiste um futuro  
mais seguro

Seja um Profissional desejado  
por um dos mercados  
que mais cresce no país

A graduação da Escola Nacional de Seguros é a única no país que forma administradores com especialização em seguros, previdência e temas correlatos, como resseguros e riscos. É o caminho certo para você ingressar no setor que cresceu 13,4% em 2008\* e tem potencial para dobrar nos próximos anos.

**Inscrições:** até 30 de junho

**Provas:** 5 de julho

\*fonte: Sincor-SP



08000 25 3322  
[www.funenseg.org.br](http://www.funenseg.org.br)

## Itaú Unibanco lança relatório de Sustentabilidade 2008

Menos de dois meses depois da aprovação da fusão pelo Banco Central, o Itaú Unibanco concluiu a estrutura da nova política de Governança da Sustentabilidade, lançando, no dia 29 de abril, o Relatório Anual de Sustentabilidade 2008.

O evento aconteceu no Centro de Convenções Indianópolis, em São Paulo, e contou com a presença de lideranças do Grupo, além de profissionais de outras empresas interessadas no tema.

“A associação entre Itaú e Unibanco aumenta nosso compromisso e responsabilidade em liderar o setor financeiro na promoção do desenvolvimento sustentável, por meio de serviços, processos, produtos e relacionamentos”, afirma Roberto Setubal, presidente do Itaú Unibanco.

O Relatório foi produzido com apoio da GRI (Global Reporting Initiative), organização holandesa que definiu um conjunto de indicadores de sustentabilidade para o mercado financeiro mundial.



Com 170 páginas, o Relatório traz uma visão moderna e inovadora de sustentabilidade, que se apóia em três pilares: financeiro, social e ambiental. Entre os temas abordados, estão “Governança Corporativa”, “Caminho de Integração”, “Negócios”, “Compromissos e Práticas” e “Investimentos Sociais e Culturais”, entre outros.

### LIDERANÇA EM SEGUROS

De acordo com o Relatório, no ano de 2008, a operação de seguros do Itaú Unibanco totalizou R\$ 7,1 bilhões em

prêmios (excluindo Saúde), ocupando a liderança de mercado, com participação de 16%.

“A Itaú Seguros e a Unibanco Seguros estão presentes em todas as regiões do Brasil, por intermédio de 16 mil corretores de seguros ativos, 61 Postos de Atendimento ao Corretor e 30 Centros de Atendimento Rápido. Destacam-se, também, a atuação em canais remotos, distribuição direta e parcerias com varejistas, cartões de crédito e financeiras do Grupo Itaú Unibanco”, aponta o Relatório.

## PACs Itaú Unibanco Seguros ampliam atendimento com novos produtos

Os PACs (Postos de Atendimento ao Corretor) contam agora com mais produtos para o corretor ampliar seus negócios: além do portfólio da Unibanco Seguros, encontrarão também os produtos da Itaú Seguros.

“Assim como nas demais áreas do conglomerado, queremos também na seguradora do novo grupo aproveitar e agregar o que há de melhor em cada uma das empresas”, afirma Ronaldo Henriques, superintendente Comercial

para Rio de Janeiro, Nordeste e Norte da Itaú Unibanco Seguros.

Serviço iniciado há 15 anos, o PAC é um ponto de atendimento voltado a pequenos e médios corretores, onde o profissional tem à disposição desde informações e treinamentos até a solução de pendências e problemas. Mais de 13 mil corretores são atendidos pela rede de PACs, distribuída em todas as regiões do país. Segundo Ronaldo Henriques, o serviço é exclusivo para os corretores trabalharem

carteiras da Itaú Unibanco Seguros.

Nos PACs, os parceiros contam com funcionários habilitados a resolver as questões, tanto de produtos, quanto técnicas e operacionais com as áreas competentes da Itaú Unibanco Seguros, realizam treinamentos dos produtos da companhia e recebem propostas, solicitações de endosso e aviso de sinistros. Ainda oferece espaço para que o corretor realize reuniões e acesse dados via computador.

# Um Novo Paradigma na Assistência 24 Horas



**Agora você tem a opção de atender diretamente aos seus segurados, sem precisar de grandes investimentos em tecnologia e gestão de rede.**

O Sistema de **Assistência 24 horas** da Delphos foi desenvolvido considerando a tendência do mercado em estreitar cada vez mais o relacionamento direto da seguradora com o seu segurado, com o mínimo de intermediações possíveis. Tal sistema permite à seguradora ter a opção de realizar o atendimento direto e personalizado do segurado, ficando a cargo da Delphos apenas o acionamento dos prestadores para o atendimento local - o que otimiza a expertise de cada parte no processo, com integração total de informações e relatórios gerenciais da operação totalmente à disposição.

**Agora há opções para escolha:** a Delphos pode realizar todas as fases do processo, ou administrar apenas a parte que corresponda ao relacionamento com os prestadores de serviços locais, ficando a sua Central com o atendimento a seus segurados.

A tecnologia desenvolvida pela Delphos permite que a seguradora acompanhe todas as etapas do serviço dos prestadores pela WEB. É o controle de qualidade do serviço prestado no campo, feito de forma simples e direta pela seguradora.

Além do mais moderno sistema de gestão de rede, a Delphos tem um diferencial no relacionamento com os prestadores.

Com presença em 19 cidades brasileiras, a Delphos tem melhores condições de conhecer a estrutura e instalações dos prestadores de regiões fora do eixo Rio/São Paulo, especialmente do interior do Brasil. Esta estrutura nacional, pensada para oferecer o melhor atendimento ao cliente, permite um relacionamento dinâmico com a rede de prestadores de serviços, fazendo toda a diferença na hora do atendimento local.

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

A rede de prestadores e a tecnologia da Delphos respondem pelo atendimento de mais de 1,2 milhões de itens e está apta a atender a seguradoras de qualquer porte.

Inove na Assistência 24 horas de seus segurados da maneira mais simples: oferecendo o seu melhor atendimento!



**Delphos - Tecnologia em Seguros**

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

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

Belém, Belo Horizonte, Brasília, Campo Grande, Cuiabá, Curitiba, Florianópolis, Fortaleza, Goiânia, Joinville, Londrina, Manaus, Natal, Porto Alegre, Recife, Salvador e Vitória

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

## Capemisa com nova campanha para corretores

A Capemisa Seguradora de Vida e Previdência presenteou seus corretores parceiros com uma grande campanha de vendas. No dia em que completou um ano de operações, 1º de abril, a empresa lançou em todo o país a campanha de incentivo “Sou + Você”, direcionada a essa equipe de profissionais que distribui seus produtos durante todo o ano, contribuindo para a satisfação de milhares de clientes no Brasil inteiro.

Pelo regulamento, cada venda realizada e implantada dos produtos Capemisa (Bilhete Premiável, Vip Mais, Vip Resgatável, Vip Previdente, Seguro Escolar e Cia - Proteção Corporativa) vale pontos, que serão convertidos em prêmios. As corretoras credenciadas foram distribuídas em três grupos, conforme vinculação com as sucursais da Capemisa.

Na apresentação da campanha, os gerentes das sucursais convocaram os corretores a participar, apostando na qualidade dos produtos e no trabalho que a empresa desenvolve, que visa prestigiar o corretor de seguros.



Evento de apresentação da campanha “Sou + Você” em São Paulo

Além da premiação ponto a ponto, a campanha também contempla premiações trimestrais e semestrais para os três melhores colocados em cada categoria.

No final do ano, a Capemisa promoverá um evento de reconhecimento para as seis corretoras melhores colocadas por grupo e a melhor classificada (de cada um dos três grupos) ganhará um carro 0km.

“Campanhas como essa são fermentas que alavancam os negócios e estimulam os corretores para que se mobilizem e se sintam prestigiados, transmitindo a seus clientes que aquele produto é o melhor”, comenta o corretor Cláudio Bortoli, diretor-geral da Solution & Insurance.

Outras informações sobre a campanha podem ser consultadas no site [www.capemisasoumaisvoce.com.br](http://www.capemisasoumaisvoce.com.br)

## Porto Seguro inaugura Centro Automotivo para motos

Os clientes com motocicleta segura pela Porto Seguro já contam com um local específico para realização de diversos reparos e serviços de manutenção. A companhia inaugurou uma unidade de seus Centros Automotivos para atendimento exclusivo a motos, localizada no bairro do Tatuapé, em São Paulo.

“A partir da nossa experiência com manutenção de veículos, idealizamos o Centro Automotivo para motos dando continuidade às soluções que temos desenvolvido para atender aos segurados, como o guincho para esse tipo de veículo”, ex-

plica Marcelo Sebastião, diretor do ramo Auto da Porto Seguro.

No Centro Automotivo para motos, os segurados contam com os seguintes serviços:

- Trocas de: relação (coroa, corrente e pinhão); velas; óleo e filtro; cabos de embreagem e acelerador; disco de freio; pastilhas e fluido de freio; lonas; bateria e pneus.

- Alinhamento e balanceamento de rodas;

- Limpeza do carburador;

- Regulagem de válvulas.

Os segurados podem optar pelo

pagamento facilitado, em até quatro vezes sem juros, e ainda obtém descontos em serviços pagos com o cartão Porto Seguro Visa. Além disso, podem trocar gratuitamente lâmpadas queimadas (convencionais) da motocicleta segurada.

### Centro Automotivo Porto Seguro para Motos

Endereço: Rua Serra de Bragança, 822 - Tatuapé - São Paulo (SP)

Horário: de segunda a sexta-feira, das 8h00 às 17h30, e aos sábados, das 8h00 às 12h00.

Informações: (11) 2659-0087 / 2659-0091



# Prêmio Mercado de Seguros 2009

## Troféu Gaivota de Ouro



25 de  
Junho

Publiseq Comunicação

**Informações:**

**Tel.: (11) 3884-5966**

**[premio@revistasegurototal.com.br](mailto:premio@revistasegurototal.com.br)**

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



## Zurich obtém autorização para operar como resseguradora admitida

A Superintendência de Seguros Privados (Susep) autorizou, em 26 de março, a Zurich Insurance Company a operar no mercado nacional como resseguradora admitida. A companhia já vinha operando no mercado ressegurador brasileiro na categoria “eventual”, desde outubro de 2008. Agora, com a nova classificação, poderá assumir até 40% dos riscos de uma apólice.

“Como um dos maiores grupos se-



Pedro Purm - Zurich

guradores do mundo, o Grupo Zurich tem grande capacidade técnica e financeira para colocação de riscos. A operação na categoria admitida nos conferirá mais competitividade, especialmente no segmento de grandes riscos”, afirma Pedro Purm, CEO da Zurich Brasil Seguros.

Ele acrescenta ainda que com a resseguradora admitida, a Zurich poderá reter um volume maior de riscos, tendo impacto positivo em seu resultado. “Em 2008, a Zurich cedeu R\$ 64 milhões em resseguro. E agora, com uma maior retenção pelo grupo, podemos otimizar nosso resultado”, afirma o CEO.

### EQUIPE QUALIFICADA

A estratégia do grupo no Brasil em resseguros é voltada à colocação e à administração de seus próprios riscos. Para atender a essa demanda, que envolve a avaliação de riscos e relacionamento com as corretoras e demais resseguradores, a Zurich conta com uma equipe de 12 profissionais, sob a coordenação de Fernando Zamboim, profissional com mais de 25 anos de mercado segurador e com larga experiência em resseguros.

“No atual cenário, demonstrar so-

lidez e segurança é fundamental, ainda mais quando lidamos no mercado de resseguros cujas somas são bastante elevadas. O Grupo Zurich faturou em 2008 US\$ 37,2 bilhões e lucrou US\$ 3 bilhões, sendo uma das corporações menos afetadas pela crise financeira. Com a autorização de resseguradora admitida, os clientes poderão ter um acesso mais fácil a essa capacidade”, afirma Fernando Zamboim.

### NOVOS SEGMENTOS

Com esse potencial, a Zurich ingressa, inclusive, em novos segmentos. “Acabamos de retornar ao ramo de Seguro Garantia. O Brasil tem muitas obras de infra-estrutura em andamento que demandam este tipo de cobertura e agora poderemos oferecer condições competitivas aos segurados desta área”, explica Zamboim.

O canal mais amplo com a capacidade técnico-financeira do Grupo Zurich estimulará ainda o intercâmbio em outras áreas, como o seguro de Financial Lines, cuja potencialidade no Brasil ainda é grande e pode se aproveitar da experiência internacional para se desenvolver.

## Mongeral amplia investimentos no interior paulista

A seguradora Mongeral abriu dois novos escritórios nas cidades de São José dos Campos e Piracicaba, elevando para 55 as unidades regionais de produção. A companhia atua na região há cinco anos, por meio de sua sucursal em Campinas.

O investimento é fruto do resultado

de 2008, quando a companhia superou a barreira dos R\$ 10 milhões em vendas de novos planos de risco e previdência individuais, um crescimento de 14% em relação ao ano anterior. As unidades regionais foram responsáveis por 31,3% do resultado, o que reforçou

a política de investimentos para 2009.

Em Piracicaba, a Mongeral fica na Rua Dona Eugênia, 547, no Jardim São Dimas. Em São José dos Campos, o endereço é Avenida Alfredo Ignácio Nogueira Penido, 255 / sala 811, no Jardim Aquarius.

Escolha o Kit 100% Digital. Escolha a Allianz.

Objetivo & Marketing

A Allianz tem uma iniciativa inédita no mercado: o Kit 100% Digital. Tudo o que era impresso agora será digital. Com ele, você recebe por e-mail, no dia seguinte, as informações sobre a sua produção e ainda agiliza o processo de emissão das apólices.

Faça a sua adesão no AllianzNet Corretor e incentive o seu cliente a aderir também.

**Uma iniciativa Allianz para eliminar o uso do papel na impressão e a emissão de CO<sub>2</sub> no transporte. Uma escolha melhor para você e mais segura para o meio ambiente.**

**Allianz. Soluções em seguros de A a Z.**

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

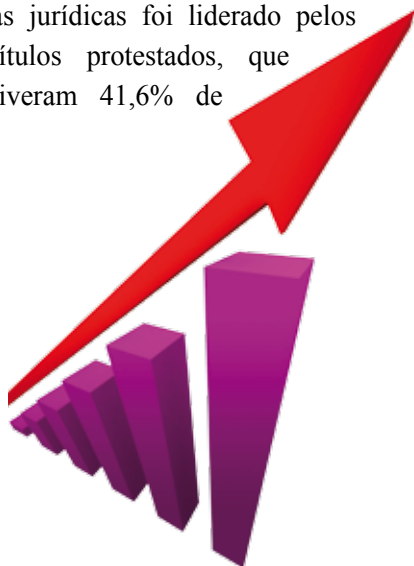
**Allianz** 

## Inadimplência das empresas cresce 24% em março

Em março de 2009, a inadimplência das empresas cresceu 24% na comparação com fevereiro último. É o que revela o Indicador Serasa Experian de Inadimplência de Pessoa Jurídica.

O levantamento também apontou alta nas variações anual e acumulada. Na relação de março de 2009 frente a março de 2008, o aumento na inadimplência das empresas foi de 50,7%. Já na comparação entre o primeiro trimestre de 2009 e o mesmo período de 2008 a elevação foi de 33,1%.

No primeiro trimestre de 2009, o *ranking* da inadimplência das pessoas jurídicas foi liderado pelos títulos protestados, que tiveram 41,6% de



representatividade no indicador. Nos três primeiros meses de 2008, esta participação foi de 42,4%.

A seguir estão os cheques sem fundos, que de janeiro a março de 2009 representaram 39,3% da inadimplência das empresas. No primeiro trimestre de 2008, tal participação foi de 38,4%.

Fecham o *ranking* as dívidas com os bancos, que nos três primeiros meses deste ano tiveram uma participação de 19,1% no indicador, abaixo dos 19,2% verificados no mesmo período de 2008.

### VALOR MÉDIO DAS DÍVIDAS

No período de janeiro a março de 2009, o valor médio das dívidas com os bancos foi de R\$ 4.558,11, com alta de 3,3% ante o primeiro trimestre do ano anterior.

Já os títulos protestados, registraram nos três primeiros meses de 2009 um valor médio de R\$ 1.803,09, o que representou um crescimento de 24% na relação com o mesmo acumulado de 2008.

Por fim, o valor médio dos cheques sem fundos, de janeiro a março de 2009, foi de R\$ 1.441,10, com 14,8%

de crescimento, frente aos três primeiros meses do ano anterior.

### ANÁLISE

Os técnicos da Serasa Experian avaliam que a inadimplência nos negócios apresentou crescimento devido a menor atividade econômica, sobretudo na indústria; à dificuldade das empresas em se financiar no exterior; à situação das exportadoras, que sofrem com a recessão (falta de demanda) nos países desenvolvidos; à desvalorização do real, posto que as empresas endividadas em moeda estrangeira passaram a dever mais e ao aumento da inadimplência do consumidor, que tem efeito direto na tesouraria das empresas.

Além disso, as pessoas jurídicas também estavam mais endividadas no longo prazo, antes da chegada da crise no Brasil (último trimestre 2008), para realizar investimentos frente ao crescimento do mercado doméstico.

Na comparação março com fevereiro de 2009, o aumento é explicado também pelo efeito calendário, pois o segundo mês do ano tem 17 dias úteis, enquanto março tem 22.

102,5

## A Grande Jornada pelo Mundo dos Seguros

Toda segunda-feira, das 7 às 8 horas.  
Apresentação: Pedro Barbato Filho

Rádio Imprensa FM 102,5

## MetLife cria sistema de busca fácil e rápida por dentistas credenciados

Para simplificar a vida dos seus clientes, a MetLife implantou um sistema exclusivo de busca online por dentistas credenciados à sua rede.

A partir de agora, os usuários que utilizam o portal Institucional da MetLife para localizar os profissionais de odontologia da Rede Credenciada MetLife mais próximos, encontram um mapa de localização e rota dos consultórios.

“A MetLife é uma companhia que se preocupa com o bem-estar dos seus clientes e que tem como meta oferecer serviços de qualidade”, afirma Octavio Antonio Filho, diretor de Planos Odonto-

lógicos da MetLife.

“Acreditamos que o dispositivo de visualização do local exato da clínica proporciona uma experiência mais agradável com marca MetLife”, diz Silvia Spessotto, diretora de RH e Marketing da empresa.

A MetLife tem um *know-how* de mais de 45 anos na administração de planos odontológicos nos Estados Unidos, país onde é líder no segmento, com mais 35 mil clientes empresariais e 21 milhões de beneficiados.

Para mais informações sobre os produtos MetLife acesse [www.metlife.com.br](http://www.metlife.com.br)



Octavio Antonio Filho - MetLife

## Prevenção de doenças: nova modalidade de contratação do mercado

Como alerta o ditado popular: é melhor prevenir do que remediar. Diante da correria diária, cada vez mais as pessoas não têm tempo para investir em hábitos saudáveis, o que reflete em aumento de doenças e ampliação de fatores de riscos, como hipertensão e diabetes. Para as corporações, o impacto é percebido no aumento de custos dos planos de saúde (sinistralidade), e também na queda de produtivi-

dade devido aos afastamentos.

O hábito comum praticado pelos planos de saúde é oferecer o acesso para cuidar das pessoas quando elas estão doentes. Já dentro das empresas, os gestores de RH, geralmente, ficam incumbidos de encontrar ferramentas de prevenção de doenças. Mas fatores como tempo e *budget* os impedem de montar uma estrutura para tal, além do fator de que o segmento produtivo da empresa é outro.

Diante desse cenário de problemas e dificuldades foi criada uma alternativa para as consultorias de saúde. É o que explica Anderson Murilo Ferreira, sócio-fundador da Base Brasil, consultoria especializada em gestão de risco em saúde.

“Existe um valor que a empresa repassa todo mês à consultoria, junto com as despesas de corretagem. Normalmente essa despesa é paga através da operadora de saúde sobre a fatura da empresa junto ao benefício saúde para as corretoras de seguros. Locando essa verba para uma con-

sultoria especializada em gestão de risco em saúde como a Base Brasil, a empresa incorpora o Método 5A, que é um programa de prevenção e gestão de doenças.

Mas Anderson Murilo destaca que uma consultoria especializada em gestão de risco em saúde tem a necessidade de investir pesadamente em tecnologia e profissionais da área médica, pois essa combinação é fundamental para aliar conhecimento científico e tecnologia. Assim, é possível identificar as principais patologias, direcionar adequadamente as práticas médicas e aplicar ações de prevenção e gestão de doenças juntos aos saudáveis, não saudáveis, crônicos e agudos.

O sucesso de um programa de prevenção e gestão de doenças realiza as ações in loco para que o funcionário não precise se ausentar de suas atividades. Além de que os indicadores de resultados apurados anualmente passam a ser um importante fator de decisão para práticas futuras.



Anderson Murilo Ferreira – Base Brasil

# GBOEX completa 96 anos

Tradição, solidez e segurança marcam a história quase centenária da empresa

A expansão e a modernização têm sido o foco do GBOEX, que está completando 96 anos, com um reconhecido conceito de tradição, segurança e solidez, figurando como uma das principais empresas de previdência complementar do país, num *ranking* onde se incluem os grandes conglomerados financeiros. Uma empresa genuinamente gaúcha e com profundas raízes com a sua comunidade.

O GBOEX nasceu em 24 de maio de 1913, quando um grupo de oficiais do Exército, professores do Colégio Militar de Porto Alegre, pensou numa

forma de dar amparo financeiro às famílias de militares.

Já em 1918, contando com um quadro de 100 associados, foi aprovado, por unanimidade dos sócios, o projeto do Estatuto da Caixa Beneficente, que foi anexada ao Grêmio de Oficiais Reformados, tendo sido instituído um pecúlio para os herdeiros dos seus associados. O primeiro pecúlio pago pelo Grêmio, desde a sua fundação, foi de 500 mil réis e coube aos beneficiários do General Olavo Barreto Viana, falecido em 18 de maio de 1919.

Em 1965, o GBOEX expandiu

seus benefícios para o público em geral e, em 1974, adquiriu o controle acionário da Confiança Companhia de Seguros, criada em 1872, sendo hoje uma empresa importante no mercado segurador do Brasil e particularmente na região Sul.

Com sede na cidade de Porto Alegre, o GBOEX está presente em todas as regiões do Brasil, mantendo uma rede de 34 unidades nas principais cidades brasileiras. A empresa possui hoje cerca de 220 mil associados em todo o país. Seu quadro funcional é composto de 371 colaboradores e suas



atividades são administradas através de uma estrutura altamente informatizada.

O GBOEX e a Confiança Companhia de Seguros constituem o Grupo GBOEX, presidido por Aristides Oliveira de Melo, que é o presidente do Conselho Deliberativo. Em 2008, Sergio Luis Lhullier Renk assumiu a presidência da Diretoria Executiva para o biênio 2008/2009.

## POLÍTICA DE AÇÃO

A gestão empresarial da empresa nos últimos anos é focada na expansão, na modernidade, na busca da competitividade, na transparência e com fortes investimentos na área de Recursos Humanos. Essa estratégia tem dado os melhores resultados operacionais em um mercado dinâmico e altamente competitivo. Os resultados obtidos se materializam no reconhecimento público que o GBOEX vem obtendo em todos os resultados operacionais de Previdência Privada, tanto no âmbito nacional, quanto no regional.

O GBOEX também é pela 11ª vez consecutiva empresa Top of Mind em pesquisa realizada pela Revista Amanhã, no Rio Grande do Sul, como a marca mais lembrada na categoria Previdência Privada.

## QUALIDADE

Nestas mais de nove décadas, a empresa passou por inúmeros planos econômicos e governos, além de momentos de acirrada concorrência, mas nunca se intimidou. Com determinação, foi em busca das condições para tornar-se uma companhia moderna e competitiva no novo cenário. Criou uma tecnologia própria de vendas e investiu fortemente no potencial humano. Voltou-se para a certificação de

qualidade e recebeu a ISO 9002 : 1994, sendo a primeira empresa de previdência complementar do Brasil, não ligada a bancos, a conquistar essa certificação.

Atualmente, o GBOEX está trabalhando para obter nova certificação, realizando uma reestruturação no seu sistema de gestão de modo a aperfeiçoar os seus processos internos e aprimorar o atendimento ao associado. Um sistema de gestão bem estruturado e atualizado é indispensável para o desempenho de uma organização e, desta forma, a empresa busca a certificação ISO 9001:2008.

## RESPONSABILIDADE SOCIAL

A empresa acredita em indivíduos e instituições comprometidas com a verdade e com o bem-estar das pessoas. Consciente de que precisa contribuir para metas sociais mais amplas, o GBOEX tem associado sua marca a projetos de relevância social. Esse é o caminho que continua sendo perseguido e que tem seu foco no atendimento previdenciário social e não apenas no econômico-financeiro. Por isso, o GBOEX participa como mantenedor de alguns projetos assistenciais, tais como:

- A Associação Gaúcha de Equoterapia-AGE / RS e o Centro de Equoterapia de Porto Alegre-CEPA, que desenvolvem um trabalho junto a portadores de deficiências ou com necessidades especiais, através de um método terapêutico educacional que utiliza cavalos, dentro de uma abordagem interdisciplinar nas áreas de saúde, educação e socialização.

- O Banco de Alimentos, que é uma iniciativa empresarial para auxiliar no combate à fome, trabalhando com captação de doações, reaproveitamento de excedentes alimentícios das indústrias



Entidades parceiras

e comércio para posterior distribuição a diversas entidades cadastradas.

- O PACTO (Programa de Auxílio Comunitário ao Toxicômano), que atua na prevenção, recuperação e ressocialização de dependentes químicos, bem como no apoio aos familiares dos internos, trabalhando os laços afetivos e os princípios do amor e perseverança.

Um outro aspecto a ressaltar é que, além destes projetos localizados no Rio Grande do Sul, o GBOEX participa de outros de caráter social, em todo o Brasil, por intermédio de suas unidades. Isso significa que nunca se afastou de suas origens forjadas nas escolas militares e de seus ideais em prol do desenvolvimento do país e de se tornar cada vez mais forte no cenário nacional.

## MERCADO E PRODUTOS

No final de cada ano, a empresa desenvolve seu planejamento para o triênio seguinte, por intermédio de seu Sistema de Gestão Estratégica que é elaborado pela direção da empresa e conta com o apoio de uma equipe própria de desenvolvimento.

O planejamento contempla objetivos definidos, com base na sua estratégia genérica de crescimento – com foco na diferenciação e apoiado em uma marca de muita credibilidade, tradição e solidez .

A meta é ampliar a arrecadação de planos previdenciários (planos de pecúlio e de renda). Para isso, a empresa investe fortemente na inovação de produtos, agregando ao pecúlio, que é o seu principal produto, outras coberturas de seguros de pessoas, além de serviços acessórios como assistência funeral e cesta básica. Nessa inovação incluem-se parcerias com outras empresas para atuação em todo o território nacional.

Com um amplo foco no mercado, o GBOEX atua fortemente com o trabalhador da iniciativa privada e, também, com o funcionalismo público federal, estadual e municipal, em todo o Brasil. Em termos de faixa etária, a expectativa é de mesclar as idades entre 14 e 80 anos. Nessa expansão, é levado em consideração o promissor mercado da terceira idade que, com a evolução da medicina e aumento da qualidade de vida, tem se mostrado como um segmento importante a ser trabalhado.

Em 2008, lançou o produto **Vida Longa GBOEX**, criado para competir com grandes empresas do segmento, tanto nacionais quanto internacionais, possibilitando o ingresso de uma fatia expressiva do mercado, que são as pessoas acima de 60 anos. O produto tem mensalidades acessíveis, competindo fortemente com os planos similares.

Recentemente, dando prosseguimento à política de expansão, a linha do produto **Vida Longa GBOEX** ampliou-se, oferecendo mais opções de coberturas e muito mais serviços agregados, através dos módulos **Vida Longa Mais Proteção** e **Vida Longa Superproteção**.

Em 2009, o GBOEX trabalha com uma meta de crescimento de 30%, por conta dos novos lançamentos programados para este ano e da excelente aceitação do Vida Longa GBOEX no mercado nacional.

O portfólio do GBOEX inclui, ainda, outros planos voltados para a família, para a empresa e para o próprio titular do plano, com amplas coberturas e preços bastante acessíveis.



“Marca é algo que se constrói com estratégias e ações ao longo do tempo e quando adquire os atributos de respeitabilidade, competência e credibilidade, ela se posiciona no mercado de forma forte e definitiva. Em seus 96 anos de atividades, o GBOEX orgulha-se de possuir uma marca forte quando o tema é Previdência Privada.”-  
Sergio Luis Lhullier Renk /  
Diretor - Presidente do GBOEX

Entre eles encontram-se:

- **Viver GBOEX** - com mensalidades a partir de R\$ 10,85, de acordo com a faixa etária;

- **Viver Mais** - com opção de cobertura para cônjuge, renda mensal temporária, por óbito, auxílio funeral e seguro de acidentes pessoais;

- **Trio GBOEX** - que proporciona sorteio de R\$ 10.000,00, em valor bruto, no final de cada mês, além das garantias seguradas;

- **GBOEX Prev** - plano de renda de aposentadoria no modelo PGBL Renda Fixa com aportes mensais realizados pelo associado, aplicados de maneira segura para constituir uma renda complementar no futuro; e

- **GBOEX Empresarial** - um plano flexível, adaptando-se às necessidades de cada empresa em benefício de seus funcionários.

À frente dessa política de expansão encontra-se o diretor de produção, Nilton Celente Bermudez, que aposta na competitividade dos produtos pela sua formatação, custo-benefício e pela estimulada força de vendas, além do excelente atendimento prestado ao cliente.

## FORÇA DE VENDAS

A empresa também tem apostado fortemente no seu relacionamento com os corretores de seguros. São eles que, única e exclusivamente, comercializam os planos do GBOEX.

A entidade vem expandindo investimentos na área comercial e estreitando o relacionamento com os corretores por entender que eles são a força de vendas mais eficiente e produtiva.

A iniciativa não para por aí: além do indispensável treinamento, o corretor conta com a assessoria de um profissional capacitado, sempre que for necessário, particularmente na realização de visitas àqueles clientes mais exigentes e que buscam maior conhecimento sobre os produtos e a empresa.



Os resultados dessas ações têm sido muito bons. Os corretores sentem-se perfeitamente assistidos e seus clientes devidamente assessorados, o que reflete uma maior fidelização e, consequentemente, “vida longa” à carteira do corretor.

Como vantagem especial aos associados, o GBOEX mantém uma rede de convênios distribuída pelas principais cidades do país, com mais de 15 mil produtos e serviços que oferecem benefícios e descontos significativos.

## PARCERIAS

Em 2008, o Grupo GBOEX e a ACE Seguradora fecharam parceria para comercializar produtos de Vida e Acidentes Pessoais no país. Trata-se de um acordo inédito, que envolve, de um lado, uma seguradora de atuação global com grande experiência no desenvolvimento de soluções dentro do seu setor e, de outro, uma empresa nacional de previdência complementar com muita tradição e indiscutível conhecimento nessa atividade.

As duas organizações, que são referências em suas respectivas áreas, firmaram um contrato que prevê o desenvolvimento de uma nova linha de produtos e serviços mesclando planos de pecúlio e renda GBOEX com seguros da ACE.

Presente em mais de 50 países e com faturamento anual de US\$ 18 bilhões, a ACE Seguradora traz à parceria a perspectiva de desenvolvimento de inovadores produtos de Vida para os mais diversos públicos. A companhia vê na associação com o GBOEX o potencial de ampliar sua representatividade no Brasil.

Mais uma parceria importante foi firmada pelo GBOEX com o Banco BGN S.A., especialista em crédito

consignado no segmento de pessoas físicas. Criado em 1994, no Nordeste do Brasil, o BGN foi adquirido, em outubro de 2008, pela Cetelem, empresa do Grupo francês BNP Paribas, que é hoje o maior banco em depósitos da zona do euro e o sexto maior do mundo.

A parceria do BGN com o GBOEX, iniciada há sete meses, já apresenta bons resultados, possibilitando oferecer maiores prazos e melhores condições no fornecimento de empréstimo pessoal aos associados do GBOEX, em todas as regiões do país.

## PERSPECTIVAS

Nesses anos, a trajetória da empresa foi de muitas lutas e superação de dificuldades, sempre com o foco nos valores de profundo respeito aos associados e cumprimento dos compromissos assumidos. Essa filosofia, praticada com determinação e persistência, construiu, ao longo de muitas décadas, os valores hoje associados à marca, que são tradição, solidez e segurança, os quais são determinantes para que o GBOEX esteja sempre presente na lembrança das pessoas.

Pode-se dizer, também, particularmente na última década, que o GBOEX passou por profundas modificações estruturais e organizacionais, visando proporcionar um melhor atendimento ao associado e atingir o crescimento necessário.

O diretor de Produção, Nilton Celente Bermudez, argumenta que, no mundo de mudanças constantes, não é mais necessário tanto tempo para que se criem marcas fortes. Na sua visão, empresas surgem em poucos anos, brilham internacionalmente e muitas vezes desaparecem rapidamente. Outras permanecem. Ele considera que



**Nilton Celente Bermudez - GBOEX**

o mundo virtual, a tecnologia da informação e a digitalização permitem novos negócios em um curto espaço de tempo.

“Entretanto, parece-nos que algo permanece imutável no segmento das marcas para a sua permanência ao longo do tempo: a credibilidade. E esta tem que ser construída e demonstrada, tornando-se um valor visível e concreto para que se perpetue. Esse tem sido o foco do GBOEX em toda a sua trajetória”, afirma Bermudez.

O executivo reforça que, atento a mudanças e ao mercado competitivo em que está inserido, dominado pelos grandes conglomerados financeiros, o GBOEX tem procurado novas estratégias comerciais e inovações necessárias para competir num mercado altamente dinâmico, no qual está cada vez mais presente.

“O produto do GBOEX diz respeito à vida, consequentemente, atinge as emoções mais profundas do ser humano, que tem o desejo de se sentir seguro em relação ao seu futuro e ao de sua família. Daí a necessidade de manter uma integridade e uma solidez inquestionáveis para que os clientes – associados, sintam-se seguros e respaldados em sua escolha pelo GBOEX”, conclui.

# Evento do Sincor-SP reúne mais de 1.400 pessoas

XXVI Encontro dos Corretores de São Paulo, em Águas de Lindóia, ressaltou que a crise também traz oportunidades

Como o tema “Crie Oportunidades”, o Sincor-SP organizou, de 3 a 5 de abril, no Hotel Vacance, em Águas de Lindóia, o XXVI Encontro dos Corretores de São Paulo.

Na noite de abertura, diante de uma platéia superior a mil pessoas, entre corretores e funcionários de seguradoras, a diretoria da entidade compôs a mesa principal.

Depois de exibir vídeo sobre o crescimento da cultura do seguro no país, Leoncio de Arruda, presidente do Sincor-SP, chamou a atenção de todos para recentes decisões políticas que podem se transformar em oportunidades para o setor de seguros, como a diminuição da carga tributária para veículos e subsídios para construção de milhões de moradias.



O líder classista também revelou dados de pesquisa que aponta para opiniões de executivos acerca da expansão do mercado, que vai dobrar até 2015. Além disso, 80% deles acreditam que a venda de seguros para classes C e D deve crescer mais do que os direcionados às camadas mais ricas da população – tudo isso com a interface especializada do corretor de seguros.

## Talk show

Logo na manhã do sábado, 4 de abril, o público se deparou com uma mesa composta por alguns dos principais executivos do mercado segurador, incluindo representantes da Bradesco Seguros e Previdência, SulAmérica, Porto Seguro, Tokio Marine, HDI Seguros, além de diretores da Ituran e Carglass.

O talk show discutiu as taxas de comissionamento e a platéia se manifestou, lembrando que hoje os corretores assumiram tarefas que antes eram exclusivas das seguradoras.

Depois de debate entre participantes e executivos, ficou a conclusão de que é possível descobrir oportunidades, mesmo com a crise.

## Previdência em crescimento e retenção de clientes

A participação da Bradesco Seguros e Previdência enfocou a crescente demanda da população pela Previdência Privada, conforme relatou o superintendente da companhia, Cláudio F. Leão Feitosa.

Para o executivo, a Previdência Privada tem tudo para manter seu crescimento, pois o governo encara há vários



**Cláudio F. Leão Feitosa – Bradesco Seguros e Previdência**

anos o déficit do sistema previdenciário, o que é comprovado por benefícios menores e exigência por maior tempo de contribuição.

Em outra palestra da Bradesco, conduzida pelo diretor Marco Antonio Gonçalves, o tema foi a importância da retenção de clientes, cujas vantagens são traduzidas em números muito convincentes: conquistar um cliente novo custa cinco vezes mais que manter um antigo e, além disso, uma empresa que diminui em 5% a perda de clientes pode ter de 25% a 85% de aumento nos lucros.

O palestrante deu dicas práticas para conseguir aumentar a satisfação dos clientes e aumentar a taxa de renovações com base no estudo detalhado do comportamento e perfil dos consumidores.

O executivo lembrou ainda que o cor-



**Marco Antonio Gonçalves – Bradesco Seguros e Previdência**

retor precisa conhecer a fundo os valores e atitudes de seus clientes, incluindo particularidades de sua vida, família, renda e interesses. Esse é o caminho da retenção, pois fica mais fácil saber o que o cliente precisa e espera do corretor.

# A proteção do seguro contra a crise

Marcelo Picanço, diretor da Porto Seguro, defende que o cenário atual reforça a necessidade do consumidor contar com o corretor de seguros

A crise é global e ninguém vai escapar dela. A diferença é que, no Brasil, ela chegou mais tarde e com menos intensidade, graças aos mecanismos de proteção ao crédito e a baixa exposição dos consumidores à deterioração do sistema financeiro.

Com uma abordagem clara e didática, Marcelo Picanço, diretor da Porto Seguro, foi direto ao ponto e disse que o Brasil ficou em parte imune ao impacto da crise porque nossos mecanismos financeiros são menos eficazes e avançados que nos Estados Unidos.

“Nossas operações financeiras são menos sofisticadas e limitadas a um número restrito de investidores. Uma faxineira no Brasil, por exemplo, não tem ações na Bolsa, mas tem nos Estados Unidos - e ela perdeu dinheiro”.



**Marcelo Picanço – Porto Seguro**

Todavia, a situação de relativo conforto no Brasil não pode levar à inércia. É preciso agir e rápido para manter os clientes, convencendo-os que os seguros são mais do que nunca necessários. “Aumento do desemprego e da violência significam maior exposição a riscos e os corretores podem se beneficiar, alavancando novos negócios”, enfatizou.

## Vendendo mais planos de saúde e odontológicos

O potencial de crescimento do segmento odontológico é uma excelente oportunidade para expandir a carteira de Saúde se o corretor estiver atento e convencer seus clientes a adquirir os dois produtos, simultaneamente.

Esse foi o ponto central da palestra de Marcos Saddy e Celso Batista Rocha, da SulAmérica Seguros. Os executivos

mostraram números de crescimento do segmento odontológico, cujo faturamento passou de R\$ 345 milhões em 2001 para R\$ 1 bilhão em 2008.

Mesmo assim, há bastante espaço para crescer, pois enquanto 40,7 milhões de pessoas têm planos de saúde, apenas um quarto desse total (10,4 milhões) possuem planos odontológicos.



**Marcos Saddy - SulAmérica**



**Celso Batista Rocha - SulAmérica**

## A voz dos prestadores

O diretor da Ituran, Alon Lederman, falou sobre a resolução que obriga a instalação de dispositivos de rastreamento em todos os veículos. Para ele, se por um lado amplia-se o mercado de rastreadores, por outro encarece os veículos. Além disso, o consumidor pode pensar em dispensar o seguro, o que geraria perdas ao mercado, embora os rastreadores possam ser comercializados diretamente pelos corretores.

O diretor Paulo Oliveira, da Carglass, apontou que a troca ou reparo de vidros automotivos é um excelente momento para percepção positiva do cliente, pois o bom atendimento consolida o relacionamento do consumidor com o corretor.

## Novos negócios

O que é tendência no mercado e se projeta como oportunidade para corretores, com ou sem crise? A palestra contou com três executivos: Maria Cristina Caldeira Dias (Unioncorp Corretora de Seguros), José Geraldo da Silva (Transportes Brasil & Associados) e Julio Cesar Salles Murat (Sallmur Corretora de Seguros).

A conclusão apresentada ao público mostrou que três segmentos merecem bastante atenção dos corretores: Transportes de Cargas, Seguro Rural e Fiança Locatícia. Os primeiros ainda apresenta o problema da alta sinistralidade, mas os dois últimos estão em franca ascensão e devem crescer bastante nos próximos anos.

# Consumidores conscientes alavancam RC Profissional

Renê Leitão, da Tokio Marine Seguradora, expõe os benefícios do RC Profissional para corretores de seguros

O gerente de Produtos e Riscos Patrimoniais da Tokio Marine Seguradora, Renê Leitão, abordou a importância do RC Corretor, produto oferecido pela companhia.

Na argumentação do executivo, hoje os consumidores estão muito mais conscientes e exigentes, de forma que todo profissional pode ter a proteção de patrimônio ao contratar o Seguro de Responsabilidade Civil Profissional.

No caso específico dos corretores de seguros, há várias situações de exposição a riscos, que acontecem devido à constante alteração de normas da Susep, diferenças de coberturas entre seguradoras distintas, mesmo para produtos similares, além de modelos operacionais complexos e diferenciados para cada companhia.

“Com a correria, as falhas podem



Renê Leitão – Tokio Marine

acontecer”, ressalta Renê, enfatizando que, no âmbito jurídico, os proprietários de seguradoras são também responsáveis pelas ações de seus funcionários.

O RC Corretor tem a função de dar tranquilidade aos corretores nas suas atividades diárias, tendo em mente que possui cobertura para amparar prejuízos inesperados causados a terceiros.

## Motivando as equipes de vendas

No final da tarde do dia 4 de abril, o Encontro dos Corretores brindou o público com a apresentação sempre empolgante do neurologista e conferencista internacional Jô Furlan.

Para ele, crise é o momento certo



Jô Furlan

para apostar na criatividade, “pois nos momentos fáceis qualquer um consegue alcançar resultados”.

Na sua apresentação, Furlan ressaltou a importância de criar alternativas para superar desafios e nunca perder tempo na caça a culpados por qualquer problema, porque só assim é que se forja uma equipe de verdade.

Nesse contexto, é sempre importante trabalhar em conjunto com a certeza de que não se pode mudar as pessoas, mas aceitá-las. “Mas você pode mudar a si próprio e, por consequência, transformar seu sentimento em relação às atitudes de todos à sua volta”.

Com dinâmicas motivacionais, ele mostrou que é importante acreditar em si mesmo, sempre, para se manter em constante evolução e obter o sucesso.

## Seguro digital

Eduardo Dal Ri, da HDI Seguros, tranquilizou a platéia acerca da possível ameaça que representa a venda de seguros pela internet. Se há 64 milhões de internautas hoje no Brasil (14,7% de crescimento em 2008, com 24,5 milhões que acessam a web em casa), a taxa de inclusão digital está próxima dos 10% - ainda baixa, se comparada com os padrões europeu e norte-americano.

Ele lembrou que o corretor de seguros pode se beneficiar de ferramentas online que trazem informações estatísticas do mercado. Além disso, há programas disponíveis para avaliações de perfil, que aumentam consideravelmente as oportunidades comerciais.

## Delegar é preciso

O corretor da Asteca Seguros, Boris Ber, que tem mais de 30 anos de experiência, falou da importância de delegar atividades (administrativas, financeiras, fiscais, etc), para focar no que o corretor realmente gosta de fazer: vender.

Para tanto, é preciso ter um plano de ação que contemple sistemas eficientes e pessoal capacitado. Os funcionários também devem ser compromissados, dentro do perfil desejado para alcançar as metas, sem esquecer das boas condições de trabalho para todos.

“Só assim você poderá focar nas vendas. E com o tempo a seu favor, o resultado também estará a seu favor”, reforçou Boris.

# Sem juros, sem semestrais, sem resíduos. Sem medo de ser feliz.



CAPO DESIGN COMUNICAÇÃO

**Compare  
taxas e  
condições.**

O Consórcio Porto Seguro é ideal para quem quer comprar um imóvel e fazer economia. Você não paga juros, tem uma das melhores taxas do mercado, pode usar o FGTS\*, além de contar com sorteios todo mês e muitas outras facilidades. No final, sai bem menos que qualquer

financiamento. Faça as contas e compare. Para saber mais, solicite o seu Guia Consórcio Fácil ou acesse [www.portoconsorcio.com.br](http://www.portoconsorcio.com.br)  
**Confira também nossos planos de Consórcio Automóvel.**

Valores em R\$/180 meses - Aprovado pelo Banco Central

Crédito	Parcelas	Crédito	Parcelas
50.000,00	347,56	120.000,00	834,15
70.000,00	486,58	160.000,00	1.112,19
90.000,00	625,61	200.000,00	1.390,24

Ghs: 1% de taxa de administração antecipado no ato da venda mais 1% dividido nas 3 primeiras parcelas. / Seguro de vida incluso. / Correção anual de acordo com o INCC. Informações reduzidas. / \*Em conformidade com as normas do FGTS.

Consulte o seu produtor ou ligue:

3366-COTA (o mesmo que 3366-2682), na Gde. São Paulo  
ou 0800 727-9888 nas demais localidades,  
de segunda a sexta-feira das 8h15 às 18h.

**Consórcio imóvel**

**PORTO  
SEGURO  
CONSÓRCIO**

Ouvinteira: 0800 727-1184

# Como fica o corretor de seguros que deve a Cofins?

A revista Seguro Total convidou os advogados Marcelo Álvares Vicente (especialista em direito tributário) e Plínio Machado Rizzi (especialista em direito do seguro) para comentarem a decisão do STF que recupera o dever de pagar a Cofins para corretores de seguros, entre outras categorias profissionais. Além de dar todo o histórico da questão, o artigo dos advogados mapeia a situação atual e traz alternativas jurídicas e operacionais, como segue:

No ano passado, o STF (Supremo Tribunal Federal) decidiu finalmente as controvérsias relativas ao tributo denominado Cofins. No tocante aos corretores de seguros, ela não foi nada alvissareira, uma vez que ali está reconhecido o dever de eles (e de todos os demais profissionais liberais organizados em sociedade) no tocante a pagá-la, na forma dos normativos vigentes. A consequência não se fez esperar: a Fazenda Nacional, logo em seguida, começou a expedir notificações (extrajudiciais) para um grupo de contribuintes e, em paralelo, ajuizou ações de execução em face de outros tantos. O que fazer, principalmente quando se sabe que há débitos de expressivo valor, acumulados

ao longo dos quase dez anos durante os quais não se fez o recolhimento, ao abrigo de liminar originalmente concedida? Estudar alternativas é, com exatidão, o objetivo deste artigo.

## BREVE HISTÓRICO

A Cofins (Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social) nasceu em 1991, com a edição da Lei Complementar 70. Estabeleceu, não obstante, isenção para as sociedades constituídas por pessoas físicas residentes no país que explorassem profissão legalmente regulamentada. Assim, aquelas que prestassem serviços médicos, odontológicos, de engenharia, contabilidade etc., não integraram o universo de contribuintes. Dentre elas, as empresas de corretagem de seguros, eis que se trata de profissão exercida ao amparo de Lei (a de nº 4594/1964, como se sabe).

Em 1996, a lei (ordinária) nº 9.430 revogou a isenção, com o que todos passaram à condição de devedores do tributo. Junto a esta nova lei, praticamente, nasceu a tese de sua inconstitucionalidade: segundo entendeu parte significativa dos doutrinadores e dos advogados dos contribuintes, a lei ordinária não podia modificar a lei complementar, dada a hierarquia superior desta última.

Numerosas ações judiciais foram propostas por todo o Brasil, com o objetivo de ver reconhecida judicialmente esta tese.

As coisas caminharam bastante bem para os contribuintes em geral, tanto que, em junho de 2003, o STJ (Superior Tribunal de Justiça), convencido da inconstitucionalidade afirmada, publicou a Súmula 276, consagrando a tese: “As sociedades civis de prestação de servi-

ços profissionais são isentas da Cofins, irrelevante o regime tributário adotado”. Com base em tal decisão, todos os contribuintes que se enquadrassem em tal categoria (de serviços profissionais, dentre eles as corretoras de seguros), tiveram reconhecida a isenção.

Entretanto, a Fazenda Nacional logrou levar a discussão para o STF (Supremo Tribunal Federal) e lá se deu reviravolta completa: o tributo era devido, vale dizer o crédito da União (ente tributante, no caso) consolidou-se. A Súmula, por sua vez, foi cancelada em novembro do ano passado (12/11/2008), momento em que aquele tribunal acolheu o entendimento de seu superior, o STF.

Paralelamente, o Sincor-SP propôs, em 2005, um Mandado de Segurança coletivo tendo como objetivo resguardar este mesmo direito à categoria das corretoras de seguros: o de isenção da Cofins. Todavia, o pedido feito nesta ação judicial não foi acolhido, tendo sido julgado definitivamente em março passado (30/03/2009).

Por via de consequência, restou devido todo o montante acumulado durante anos, aos quais, é claro, devem ser adicionados multa, juros (calculados pela taxa Selic), além de honorários de advogado e custas processuais, conforme as ações que foram distribuídas nos fóruns federais de execução. Com condimento altamente picante: nos últimos meses do governo Fernando Henrique e mesmo nos primeiros da administração Lula, a taxa anual era superior aos 30%; oscilava, portanto, em torno de três por cento ao mês, algo insuportável, como se sabe. As dívidas, para resumir, em quase todos os casos, são estratosféricas.



**Plínio Machado Rizzi e Marcelo Álvares Vicente – Rizzi e Vicente Advogados**

Em particular, precisa ser lembrado que o Sincor-SP primeiramente propôs, em 1999, um Mandado de Segurança tendo como objetivo resguardar o direito de as corretoras se submeterem a Lei Complementar 7/70 e não à Lei 9.718/98 e, com isto, a Cofins ser cobrada somente sobre o faturamento; esta ação não tinha por objeto, diretamente, a isenção.

Esta ação foi julgada procedente e teve seu desfecho aos 06/02/2008, momento em que reconhecido o direito das corretoras não se submeterem a exigência da Lei 9.718/98 que, como dito, não trata diretamente da isenção, mas da definição do que seria a base de cálculo do tributo – se “receita” ou “faturamento”.

O Sincor-SP, por sua vez, obteve, da lavra do Ilustríssimo Prof. Dr. Paulo de Barros Carvalho, um parecer em que afirma que a decisão obtida pelo Sincor-SP neste processo beneficiaria as corretoras de seguro no sentido de autorizá-las a não pagar a Cofins. Não pelo fundamento da isenção, mas em razão de as receitas auferidas por estas empresas não serem consideradas “faturamento” e, por isso, não sofrerem a incidência de tal tributo.

Tal entendimento, ressalte-se, deve ser analisado com cautela, ficando a critério de cada uma das empresas cor-

retoras de seguro utilizá-lo na defesa de seus interesses, sempre lembrando que, novamente, a decisão sobre o direito das corretoras caberá ao Poder Judiciário.

## SITUAÇÃO ATUAL

Tem-se hoje, como resultado final, a não isenção da Cofins para as corretoras de seguro.

O dever de pagar, então, existe e é plenamente exercível pelo credor, o que, sem dúvida, tira o sono dos devedores. Até agora — e as perspectivas nesse sentido não são nada animadoras — não apareceu alternativa ao pagamento. São baldados os esforços para obter a modulação da decisão do STF (hipótese em que, pelo menos durante a vigência da Súmula 276, ou seja entre 2003 e 2008, quem não pagou a Cofins, dela ficaria livre) e a última esperança de que isso possa ocorrer reside no projeto de lei proposto pelo Deputado Federal Paulo Abi-Ackel no final do ano passado. Sua aprovação, todavia, é bem duvidosa e, enquanto isso, a Fazenda Nacional implementa as execuções sobre os devedores.

Em todo caso, deve-se sempre lembrar que a Fazenda somente está autorizada a cobrar das corretoras a Cofins que não esteja prescrita, ou seja, aquela não recolhida no decorrer dos últimos cinco anos, observadas as peculiaridades de cada uma.

São diversas as alternativas disponíveis para a solução do problema, cada uma delas acompanhadas das respectivas consequências. Vejamos.

## 1. PAGAMENTO

Ainda que se trate de simples exercício de lógica elementar, uma das possibilidades que se abre para quem a deve é o pagamento à vista. Parece, de fato, mero exercício na medida em que raros deles se comportaram como formigas (em atenção, aliás, ao que sempre divulgou o Sincor-SP): não constituíram uma reserva para aportar o pagamento

na hipótese de o direito à isenção não ser acolhido pelos tribunais. A vantagem advinda da desobrigação de recolher mensalmente a contribuição foi transferida, de uma ou de outra forma, para o consumo e agora, hora da verdade, como se diria no jargão do toureiro, as burras estão vazias.

Nem só isso. Alguns foram extremamente prudentes e provisionaram ciosamente os valores que calcularam mensalmente, aplicando-o numa das opções do mercado financeiro. Mesmo assim se viram ante desagradável surpresa: principalmente na primeira metade dos anos 2000, a remuneração de suas aplicações era muito inferior à taxa Selic, o que redundou na acumulação de um passivo cada vez maior, sem falar na multa (calculada pela alíquota de 20%) e em honorários de advogado, sempre incluídos na conta na inscrição na dívida ativa. Em resumo, impõe-se resolver a pendenga! Donde a indagação: como fazê-lo?

## 2. PARCELAMENTO ORDINÁRIO

Qualquer devedor da Fazenda Nacional (caso da Cofins) tem o direito de pedir um parcelamento de sua dívida num período que tem o limite de 60 meses. Nesse caso, a dívida é calculada de modo a encontrar o valor presente e em seguida é dividida em 60 prestações, sobre as quais incidirá normalmente a remuneração da taxa SELIC.

A grande vantagem diz respeito à facilidade com que isto é feito, sem intervenção de ninguém, sem a assunção de outras despesas, diretamente através do site da Procuradoria da Fazenda na internet. Há ainda um ponto interessante: em regra a Fazenda lança a cobrança por exercício, de modo que em cada oportunidade poderá ser pedido um parcelamento. É óbvio que há de se ter em consideração que prestações de diversos exercícios poderão acumular-se e aí é questão de saber até onde a tesouraria aguentará, o que, entretanto, caberá a cada um responder, a partir da

análise dos números extraídos de suas finanças.

### 3. EXECUÇÃO FISCAL E GARANTIAS

Um ponto parece certo: quem não pagar por bem haverá de fazê-lo coercitivamente, isto é, no âmbito de uma ação de execução fiscal, promovida pela Fazenda. O que, se de um lado é desagradável, de outro pode revelar-se estratégia bem útil e, exatamente por isso, tem de ser considerada pelo contribuinte.

Não se tenha dúvida e é bom repetir: quem tiver pernas para dar o passo de 60 meses (parcelamento ordinário) deve fazê-lo. É prático, simples, barato e o mais. Para quem não pode enfrentar esta situação — ou tem esperança em uma modificação radical da situação e, portanto, na modulação que pode vir com a aprovação da lei já referida ou ainda em uma improvável anistia —, aqui está uma hipótese a ser considerada.

Em primeiro lugar, o que é execução fiscal? Trata-se de uma ação de cobrança de um título executivo, o crédito fazendário inscrito em Dívida Ativa no caso. Neste tipo de ação é possível ao executado defender-se, sem dúvida, mas sua defesa somente será apreciada se ele der ao Juízo uma garantia, para o caso de, ao final, perdendo a ação, facilitar a satisfação do crédito em discussão.

A garantia pode ser dada em dinheiro, no valor da execução (o que não é recomendado) ou mediante penhora de bens, móveis ou imóveis. Em regra, as corretoras de seguros são empresas com pequeno patrimônio (mesas, cadeiras, computadores e pouco mais que isso); em raros casos, há automóveis e, menos frequente ainda, imóveis. Se os der em penhora, sem dúvida, durante o período de curso da ação, não se poderá desfazer deles, uma vez que o executado — por algum dos sócios —, ficará como fiel depositário. É ideia, pois, inconveniente e, nas mais das vezes,

o conjunto patrimonial não tem valor suficiente para cobrir o quantum em execução.

O que de melhor se dispõe, hoje, é oferecer em garantia do Juízo debêntures de empresas e as que melhor se adequam são as da Eletrobrás e, principalmente, as da Cia. Vale (antiga Vale do Rio Doce). Debêntures são títulos que representam dívida de companhias e, embora tenham alguma analogia com notas promissórias, revestem-se de características especiais: a emissão é deliberada por assembleia geral dos acionistas, é feito o registro na Comissão de Valores Mobiliários e são negociadas em Bolsas de Valores. Podem ser compradas junto a corretoras de títulos e valores mobiliários por algo entre 5% e 8% do valor de face. Em outras palavras, com uma despesa na faixa de R\$ 5 000,00 a R\$ 8 000,00, é possível garantir uma execução de R\$ 100 000,00. E, ao cabo da execução, se o contribuinte a vencer, recuperará os títulos e os revenderá no mercado.

Se o resultado da ação for desfavorável ao contribuinte, eles poderão servir para pagar a dívida, em que pese ainda não haja decisões neste sentido, já que nenhuma ação de execução em que oferecidas tais garantias tenha encerrado seu curso. A possibilidade de tê-las aceitas como garantia já vem sendo reconhecida pelos tribunais superiores, com o que podemos afirmar serem as melhores espécies de garantia hoje disponíveis.

Outra opção são os precatórios: títulos emitidos pelo Poder Judiciário e que representam dívidas da União, Estados e Municípios. Tais documentos também vêm sendo negociados no mercado com significativo deságio e são aceitos em ações de execução como garantia. O efeito é o mesmo das debêntures: garantir o juízo da execução por um valor bem inferior e tê-los resgatados pelo credor no caso de derrota no processo de defesa.

### PROCEDIMENTO A SER ADOTADO

Cabe perguntar, então: qual a vantagem de um e outro procedimentos? Tal avaliação deve ser feita pela própria corretora. Pode consistir na provável duração do processo (vista da perspectiva de hoje). É raro, muito raro, uma execução fiscal, que tramita pela Justiça Federal, durar menos de dez anos. O provável, de fato, é que dure mais que isso. Se se tomar por base ditos dez anos, serão 120 meses para o contribuinte formar o pecúlio (sempre remunerado com índices equivalentes a taxa Selic) necessário para pagar a dívida. Ou mesmo pode haver uma remissão / anistia por parte do Governo Federal, o que resultará na extinção do débito.

A opção pelo pagamento imediato tem sua consequência: tirar o problema da frente. O mesmo considerando o parcelamento ordinário, em que pese a assunção de um “novo tributo” pelos próximos 60 meses.

O oferecimento de garantias e a defesa na execução, por sua vez, geram uma excelente expectativa: a de obter-se um resultado favorável ao final do processo, a de ter a garantia adquirida com vantagem econômica e ofertada convertida para o credor ao final do processo ou ainda, a possível prescrição do direito da fazenda.

São, portanto, estratégias a serem consideradas a partir da situação particular de cada um. Como tudo nesta vida tem seus prós e seus contras, mas mantidas as condições atuais de temperatura e pressão, como se diria na linguagem das ciências da natureza, cada uma delas é algo interessante e deve ser considerado pelo devedor.

Uma conscienciosa análise patrimonial e financeira, um criterioso aconselhamento por profissionais contadores e advogados — que deverão analisar, em especial, a possível ocorrência da prescrição —, por certo, serão contribuições valiosas para a tomada de decisão madura e consequente.





## 50 anos. Nosso maior presente é o futuro.

Em 20 de Maio a Yasuda Seguros completa 50 anos de atuação. Uma história que inspirou solidez e confiança ao mercado desde o seu início e desta forma nos permitiu crescer e evoluir.

E como resultado dessa evolução, adotamos uma postura mais ágil e próxima para priorizar a prestação de serviços como forma de colocar nossos clientes e corretores em primeiro lugar. Por isso, a Yasuda hoje, além de sólida e confiável, é também uma empresa moderna, sintonizada com as tendências atuais e pronta para atender as novas necessidades do mercado.

Nesses 50 anos, temos muita história para contar, mas a mais importante acabou de começar.



# Dubai encanta corretores com sua cultura e tecnologia

Tokio Marine leva grupo de 115 pessoas, entre corretores, diretores da empresa e acompanhantes para visitar uma das cidades mais exóticas do mundo

Uma cidade diferente, moderna e única, que mistura a cultura tradicional com a mais alta tecnologia, onde se erguem edifícios e hotéis de arquitetura arrojada para encanto de turistas do mundo inteiro e onde se pode fazer compras no maior shopping do mundo, esquiar na neve ou passear nas dunas do deserto.

Assim é Dubai, destino que a Tokio Marine Seguradora reservou para o grupo de corretores Diamante, aqueles que mais produziram negócios com a companhia nos últimos doze meses.

Ao todo, foram 115 pessoas, incluindo corretores de seguros, diretores da empresa e acompanhantes, que ficaram em Dubai, entre os dias 10 e 15 de março.

## PARA ENTRAR NO CLIMA

Antes mesmo do grupo pegar o avião, sem escalas, de São Paulo a Dubai, os corretores contaram com todo apoio da seguradora para “entrar no clima” e apro-

veitar ao máximo a estadia no Oriente Médio.

A Tokio Marine preparou um *hot site* que trazia a programação prevista, costumes do lugar, seus pontos turísticos, etc. A companhia também enviou a cada participante uma mochila de couro com catálogo, CD com músicas típicas e portapassaporte.

Depois de 15 horas de voo, um roteiro intenso e variado estava na agenda da comitiva. O grupo pôde fazer *city tour* pela cidade, almoçar e fazer compras no Mall of Emirates ou, por opção, esquiar na gigantesca tubulação interna do shopping que fabrica neve ininterruptamente e onde a temperatura chega a -2°C, enquanto nas ruas e avenidas é de 40°C durante o dia.

Em outro grande momento, a delegação visitou uma mesquita que três



Corretores em Dubai

vezes maior que a Basílica de Aparecida do Norte, em São Paulo.

Na aguardada noite de premiação, houve a distribuição das placas aos corretores Diamante que estão entre as condecorações mais almejadas no mercado de seguros.

## RALI NOTURNO

Um dos pontos alto da viagem a Dubai foi o rali noturno com diversas atrações e surpresas. Após a primeira parte do trajeto, todos foram ver o pôr-do-sol e ficaram sentados num enorme tapete, em cima de uma duna, tomando champanhe e comendo pratos típicos. Em seguida, seguiram com o rali até um local onde esperavam camelos para levá-los a uma montanha próxima. O percurso foi finalizado num acampamento com tendas e almofadas gigantes, como se vê no cinema.



Visita à mesquita



Na trilha do rali

Vale lembrar que a Tokio Marine tem operação nos Emirados Árabes, porém focada em grandes riscos. Por exemplo, o maior metrô do mundo, que se encontra em

construção, é uma obra em parte segura pela Tokio.

Em contraste, não existe Seguro de Vida, pois é contra a religião, e o Seguro de Automóveis é quase inexistente, já que o roubo de carro também tende a zero.

Depois da viagem a Dubai, o desafio da empresa é continuar lançando novidades para encantar e fidelizar os corretores com novas atrações e surpresas que sempre vão ficar na memória dos participantes.

A companhia vai participar do 8º Encor (Encontro Regional de Corretores), em Porto Alegre. Em julho, haverá a celebração dos 50 anos e, em agosto, uma festa para os corretores Ouro.

## Avaliação positiva

A viagem a Dubai foi marcante e inesquecível. De acordo com a medida de satisfação realizada pelo Departamento de Marketing, o evento ganhou nota média de 4,6, numa escala de 1 a 5. Confira a seguir o depoimento de alguns dos corretores participantes.



“Desde o início do Programa Nosso Corretor, sempre fui às premiações, mas essa viagem a Dubai coroou de forma memorável todos nossos esforços. Fomos muito bem recebidos e tratados pela companhia e isso nos dá ainda mais força para continuar com a parceria sempre produtiva com a Tokio Marine” – **Paulo Castro – Paulo Castro Associados.**

“Gostaria de parabenizar a organização do evento e atenção dispensada a todos nós. Realmente, a Tokio Marine conseguiu superar todas as minhas ex-

pectativas com um evento inesquecível. Este agradecimento é extensivo ao Sr Harashima, presidente da companhia, que espero tenha ficado impressionado com a força dos corretores parceiros e mantenha o Programa Nosso Corretor nos mesmos moldes atuais. Grande abraço!” - **Renato Barbosa Soares – Corrado Corretora.**

“Quanto à avaliação, só existe um ponto de partida, que é o dos corretores, pelo maravilhoso presente da Tokio Marine. Que nosso agradecimento seja estendido a toda equipe da seguradora” - **Nauro Jasper – Águia Seguros.**

“Dubai é um local que a maioria das pessoas gostaria de visitar e a escolha da Tokio Marine foi muito boa. Pudemos conhecer uma cultura que é completamente diferente da nossa” - **Othoniel Pimentel - Aplick Corretora.**

“Esse evento deixou o ano de 2009 definitivamente marcado na minha vida e na de minha esposa. Parabéns a toda equipe da Tokio Marine!” - **Reginaldo Faria – Cedro Corretora.**

Campanha de incentivo  
não é o modo  
mais rápido de subir  
na empresa.

Mas que dá uma  
ajudinha, isso dá!



Sua campanha de incentivo de ponta a ponta.  
Do planejamento ao processamento de prêmios.

(11) 3473-5300

www.elementmarketing.com.br

# Chubb lança o Casamento Seguro<sup>®</sup>, apólice para matrimônios

Inédito no Brasil, produto é fenômeno de vendas nos Estados Unidos e Europa e cobre principais custos em casos de cancelamento ou adiamento da cerimônia

O casamento é a realização de um grande sonho, que exige muito planejamento, investimento, dedicação e envolvimento emocional dos noivos. Independentemente de quanto tempo e dedicação foram investidos, imprevistos podem acontecer. Partindo dessa premissa, a Chubb Seguros e a LFD Corretora desenvolveram, com exclusividade no mercado brasileiro, o Casamento Seguro<sup>®</sup>.

Fenômeno de vendas nos Estados Unidos e Europa, o seguro para casamento cobre os principais custos resultantes do cancelamento ou adiamento da cerimônia. Nos Estados Unidos, esse tipo de apólice é um dos nichos que mais cresce, principalmente após o início da crise financeira. Mais de 40% dos pedidos de paga-

mento de seguros naquele país dizem respeito a imprevistos por parte dos fornecedores de serviços. Por isso, a Chubb e a LFD apostam nesse mercado, devido aos altos valores envolvidos na realização de um matrimônio e a grande quantidade de cerimônias realizadas.

Haverá três opções de cobertura: Prata, Ouro e Diamante. O custo do seguro poderá ser dividido em até 10 vezes, com o número de parcelas variando conforme os meses que faltam para o matrimônio.

Os noivos poderão contratar a cobertura via website ([www.casamentoseguro.com.br](http://www.casamentoseguro.com.br)) e por telefone. O Casamento Seguro<sup>®</sup> inclui, gratuitamente, uma cobertura de acidentes pessoais para despesas



médico-hospitalares, que pode ser utilizada em acidentes que ocorram na igreja ou durante a festa com qualquer convidado.

## Antonio Penteadó Mendonça lança livro sobre seguros

“Temas de Seguro” é o novo livro do advogado especialista em seguros, Antonio Penteadó Mendonça, titular da Penteadó Mendonça Advocacia. A publicação trata o seguro em suas nuances, diferenças, limites e extensão de cobertu-



Antonio Penteadó Mendonça

ras, restrições, ressalvas e abordagens sobre cláusulas contratuais e outros pontos essenciais para que o segurado faça adequada avaliação do que está comprando.

Trata-se na verdade de um guia prático para todos que, de alguma forma, trabalham ou têm contato com o tema e visa esclarecer o conceito básico que norteia toda e qualquer operação de seguro: a repartição de determinados prejuízos econômicos que afetam alguns membros de uma determinada sociedade por todos os seus integrantes.

Segundo Penteadó Mendonça, essa regra permanece inalterada desde a antiga Babilônia. “A única diferença substancial é o desenvolvimento e o progresso da humanidade e da tecnologia”, explica o advogado.

De acordo com o executivo José Rudge, que escreveu a apresentação, “o livro será de grande utilidade para aqueles que navegam nesse mar de possibilidades em que se transformou o mercado segurador brasileiro”.

Também o advogado Gabriel Jorge Ferreira, integrante do comitê de Auditoria do Unibanco, e o desembargador do Tribunal de Justiça de São Paulo, José Renato Nalini, escrevem o prefácio e alguns comentários.

A obra presta serviço de caráter público e será distribuída gratuitamente para corretores, sindicatos e outros órgãos representativos do setor de seguros. Também será possível consultar o abrangente conteúdo do livro em bibliotecas municipais.

## SulAmérica cria novo seguro para condomínios

Produto atende prédios residenciais e empresas, incluindo proteção para síndicos, moradores e funcionários

A SulAmérica Seguros e Previdência acaba de desenvolver o novo SulAmérica Condomínio, produto destinado a oferecer proteção para síndicos, moradores e funcionários. Nesta nova versão do seguro, a cobertura básica contra incêndio, raios e explosão foi ampliada, passando a garantir os riscos de danos causados por fumaça e queda de aeronaves.

Além disso, a seguradora criou coberturas opcionais, contra roubo, furto de conteúdos do condomínio, e pagamento de aluguel, no qual o proprietário do imóvel é reembolsado caso a residência se torne inabitável por conta de problemas ocorridos no condomínio.

O produto é destinado para conjuntos residenciais, incluindo flats e hotéis, ou empresariais, como prédios de escritórios e consultórios, desde que haja um condomínio legalmente constituído.

“Garantir a segurança do bem patrimonial é uma preocupação constante dos administradores de condomínios. Nosso novo produto é uma ferramenta que auxilia este profissional na gestão financeira do condomínio, oferecendo proteção para os casos de imprevistos”, explica o vice-presidente de Riscos Industriais e Comerciais da SulAmérica, Carlos Almeida.

Um outro atrativo do novo seguro é o serviço de Assistência 24 horas, disponível nos Planos I e II, que



Carlos Almeida – SulAmérica Seguros

proporciona uma série de benefícios, como serviços de chaveiro, bombeiro hidráulico, limpeza, eletricista, segurança e vigilância, além do zelador substituído por oito dias, caso o titular esteja impossibilitado de exercer suas funções por período superior a 48 horas.

O SulAmérica Condomínio inovou também na política de precificação, que oferece descontos especiais para os condomínios que contratarem coberturas adicionais, como a Responsabilidade Civil para o síndico, condomínio e garagem; Assistência Funeral e Seguro de Vida para os empregados; quebra de vidros, mármore e granitos; danos elétricos; desmoronamento; vento forte, granizo e fumaça, entre outras.

## Mondial: Assistência 24h em uma tecla

A Mondial Assistance, líder mundial do setor de assistência 24 horas, sai na frente e lança o primeiro sistema do mercado que atende o segurado sem que ele precise telefonar. Desenvolvido para seguradoras, o novo sistema permite ao segurado que possui Smart Phones (iPhone, BlackBerry) acionar o serviço de reboque e mecânico apertando apenas uma tecla. Sem necessidade de ligar para o call center da Assistência 24h e sem intervenção humana, por meio do dispositivo GPS, o software já localiza o prestador de serviços mais próximo do local onde ele se encontra e solicita o atendimento.

Com a tecnologia, o usuário visualiza, em tempo real, o deslocamento do prestador até o local onde está através do Google Maps. Outros recursos incluem a consulta de oficinas preferenciais, dados da apólice e informações de outros produtos da seguradora.

“Além da grande comodidade que esse aplicativo proporciona, ele permite estreitar o relacionamento das companhias com um perfil de segurado de alto poder aquisitivo, muito cobiçado pela indústria”, declara Dan Assouline, presidente da Mondial Assistance Brasil e CEO Regional para América Latina. Por ano, a Mondial administra no Brasil mais de 1,5 milhão de casos de assistência 24h.

# Liberty lança coberturas diferenciadas para empresas

Pesquisa qualitativa ajudou a desenhar os novos produtos, resultando em proteção contra pequenos problemas do dia a dia e melhor qualidade no relacionamento com clientes

O Grupo Liberty Seguros passou a oferecer, desde abril, cinco novos produtos que visam atender as necessidades específicas de escritórios, consultórios, escolas, hotéis, pousadas, restaurantes e bares (leia box).

Os lançamentos foram desenhados a partir de pesquisa qualitativa realizada no ano passado com cerca de 88 empresários, na faixa etária de 23 a 60 anos, das seguintes regiões: São Paulo, Rio de Janeiro, Salvador, Porto Alegre e Ribeirão Preto.

“Nosso objetivo é que o segurado veja seu negócio, com suas particularidades de risco, refletidos na apólice de seguro”, aponta o diretor de Produtos, Paulo Umeki.

O executivo afirma que os preços são acessíveis e é possível o parcelamento em até quatro vezes sem juros.

Além disso, os novos produtos oferecem aos segurados um amplo leque de coberturas e serviços que os ajudam a gerenciar pequenos problemas do dia a dia e trazem mais tranquilidade no relacionamento com seus clientes.

Com expectativa de incremento mínimo de 15% nas vendas, Umeki lembra que os lançamentos têm grande apelo comercial para os corretores, que podem oferecer seguros formatados para nichos específicos, atendendo demandas empresariais de forma completa e inovadora.

Todos os funcionários do Grupo Liberty Seguros passaram por treinamento via e-learning sobre os produtos. A área comercial está capacitada para divulgá-los para corretores nas regiões onde atuam. A estratégia da seguradora é também atender às ne-



Paulo Umeki – Liberty Seguros

cessidades de coberturas pessoais dos proprietários das empresas com apólices para automóveis e residências.

## Proteção empresarial

Os novos produtos da Liberty têm coberturas e diferenciais de grande utilidade para empresas de diversos segmentos, como segue:

**Liberty Escritórios:** Em caso de algum acidente ou problema, a Liberty oferece estação de trabalho com telefone, computador, salas de reunião e treinamento, além de secretária e recepcionista.

**Liberty Consultórios:** Se faltar energia, a Liberty coloca um gerador provisório. Os clientes que estacionam seus carros no estacionamento do local estão protegidos por seguros de incêndio, explosão e danos.

**Liberty Escolas:** O maior diferencial é a cobertura de Responsabilidade Civil, com reembolso por danos involuntários, corporais e/ou materiais causados aos alunos, além de rede de profissionais para conserto de eletrodomésticos.

**Liberty Hotéis e Pousadas:** Oferece cláusula de Responsabilidade Civil que indeniza perdas por roubo e furto dos bens dos hóspedes. Danos a bagagens e aos veículos dos hóspedes dentro do hotel também contam com cobertura. Entre outros serviços, o pacote disponibiliza serviços de reparo para vidros,

ventiladores de teto e de frigobar.

**Liberty Restaurantes e Bares:** A Liberty propõe reembolso por danos involuntários, corporais e/ou materiais, resultante do fornecimento de comidas e bebidas consumidos no local. Também há cobertura para equipamentos e utensílios de cozinhas danificados e para mercadorias estragadas devido a problemas no sistema de refrigeração. Outros serviços envolvem o reparo de ar-condicionado e de eletrodomésticos, aluguel de gerador provisório e, em caso de emergência, tapumes para proteção do estabelecimento.

# Parceria com Orizon reduz custos administrativos da Bradesco Saúde

Soluções de autorização e faturamento eletrônicos proporcionam diminuição das despesas e maior satisfação do beneficiário

A Orizon foi a escolhida pela Bradesco Saúde para implantar um sistema de conectividade entre a seguradora e a rede credenciada e, desde 2008, é a companhia responsável pela automação das autorizações e envio eletrônico das contas de faturamentos.

Do atendimento ao beneficiário ao fechamento e transmissão das faturas referentes aos procedimentos realizados, as informações transitam em tempo real e com segurança entre a Bradesco Saúde e seus prestadores de serviços de acordo com o padrão TISS (Troca de Informação em Saúde Suplementar), determinado pela ANS (Agência Nacional de Saúde Suplementar).

Com uma média de 60 mil guias de atendimento diárias, a Bradesco Saúde conta com uma rede de mais de 30 mil prestadores e 2,7 milhões de segurados em todo o Brasil, que já estão se beneficiando das soluções eletrônicas Autorize (Autorização Eficiente) e Faturi (Faturamento Inteligente) criadas pela Orizon. Com a implantação dessas soluções, o tempo para inserção de guias no sistema é de no máximo 15 segundos.

“A solução de faturamento eletrônico (Faturi) já estava implantada nos principais prestadores da rede referenciada da Bradesco Saúde, por meio da empresa Dativa, adquirida pela Orizon no final de 2007. Desde maio de 2008 foi integrado ao sistema a solução de atendimento Autorize. A Bradesco já tinha a ferramenta de autorização eletrônica que atendia 30% da sua rede. Elevamos o número para 80% de maio de 2008 até agora. A nossa meta é chegar a 90%”, afirma o diretor de Operações da Orizon, Sergio Santos.



Sergio Santos - Orizon

## AGILIDADE E MODERNIDADE

A diminuição da quantidade de papel necessária no processamento das contas também foi uma melhoria alcançada, além da redução de custos de armazenamento de documentos, logística e transporte. “Com a implantação das soluções de transações eletrônicas da Orizon conseguimos reduzir nossas despesas administrativas. Além disso, aumentamos a satisfação do beneficiário com a agilidade e modernidade na autorização do atendimento e pudemos nos dedicar aos serviços de medicina e não aos processos administrativos”, explica Heráclito Gomes de Brito Junior, Diretor Geral da Bradesco Saúde.

Em outubro do ano passado, a Orizon disponibilizou à Bradesco Saúde e à sua rede de prestadores uma Central de Relacionamento 24 horas para esclarecer dúvidas sobre o uso de suas soluções ele-

trônicas. A Central conta com 135 postos de atendimento e 162 colaboradores.

A média de atendimentos por dia em 2008 foi de aproximadamente 2 mil ligações, agregando vantagens aos clientes, pois todos os canais de interação, como implantação de rede, treinamento remoto, suporte operacional e técnico, são centralizados.

Tudo isso se traduz em um serviço de atendimento prático, ágil e eficiente.

“Já estamos trabalhando nos próximos passos do projeto. Em breve, utilizaremos a tecnologia de biometria junto com a solução de autorização eletrônica, com o objetivo de assegurar mais assertividade ao processo de elegibilidade do segurado. Além disso, adotaremos a tecnologia da certificação digital para a troca de documentos eletrônicos com nossa rede de prestadores de serviços”, conclui Heráclito.

## Bisturi protegido

Cirurgiões plásticos são os especialistas que mais procuram a proteção do RC Médico, produto em contínuo crescimento nos últimos anos

O Brasil é o segundo mercado mundial de cirurgias plásticas, atrás apenas dos Estados Unidos. De acordo com a SBCP (Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica), em 2008 foram realizados 629 mil procedimentos - a maior parte de mama (aumento e redução), com 151 mil intervenções, além de 91 mil lipoaspirações.

O alto volume de cirurgias realizadas no país se reflete na ampliação da procura pelo RC Médico (Responsabilidade Civil do Médico), produto que não faz distinção por especialidade e engloba médicos, dentistas e auxiliares de medicina.

E sem dúvida, por causa da natureza de suas atividades e dos riscos envolvidos, os cirurgiões plásticos estão mais do que nunca na “mira” dos processos judiciais.

### DESCONFORTÁVEL LIDERANÇA

Segundo Felipe Moreira Paes Barreto, diretor da Zênite Assessoria e Consultoria, do total de processos em andamento contra profissionais de sua carteira, os cirurgiões plásticos lideram com 187 ações, seguidos de obstetras (65), anestesistas (56), oftalmologistas (38) e ortopedistas (30).

Felipe confirma que as ações judiciais em busca de reparações por erros médicos têm crescido por causa do aumento da conscientização dos consumidores sobre seus direitos e a facilidade de acesso à informação, proporcionada pela internet.

“Às vezes, o médico pode passar

uma informação que diverge do que o paciente descobre na web e isso deflagra um processo de desgaste”.

O distanciamento e a perda de qualidade na relação de médicos com pacientes levam à falta de discernimento entre erro e mau resultado - confusão que alavanca o volume de ações contra os profissionais da medicina

“Não estamos mais na época em que as famílias tinham seu médico de confiança e que qualquer problema era sempre conversado, resolvido com diálogo, sem necessidade de entrar no âmbito jurídico”, avalia Felipe.

Diante do cenário atual, para controlar a sinistralidade, a Zênite adota o gerenciamento de risco especializado, dando total suporte aos médicos de sua carteira.

O trabalho consiste na conscientização em diversas frentes de prevenção, que vão desde a exigência de um prontuário completo e legível, termo de compromisso do paciente quanto ao conhecimento sobre perigos ou dificuldades decorrentes de intervenções cirúrgicas e até a importância de contar com equipe de apoio totalmente alinhada com os padrões da boa medicina.

“De nada adianta o cirurgião plástico estar consciente e fazer tudo certo, se alguém da equipe comete algum erro durante a cirurgia. O médico responde também pela equipe”, acrescenta Felipe.

### DEFESA MULTIDISCIPLINAR

Para o cirurgião plástico que conta com o RC Médico, assim como pro-



Felipe Moreira Paes Barreto – Zênite Assessoria e Consultoria

fissionais das demais especialidades, a defesa é elaborada por uma equipe multidisciplinar, tais como: advogados, médicos, enfermeiros, peritos, etc. , a fim de que o Judiciário tenha clareza que houve a boa prática do profissional.

“O seguro possibilita as condições para defesa de alto nível, viabilizando a uma eventual absolvição. Com isto o médico pode continuar no exercício de sua profissão, sem se preocupar com as despesas para a sua defesa”, argumenta Felipe.

As vantagens da defesa multidisciplinar especializada também se confirmam nos valores envolvidos. Para uma cobertura contratada de R\$ 100 mil, o segurado paga em média R\$ 2 mil por ano. Se não tiver o seguro, somente os honorários advocatícios podem ultrapassar os R\$ 20 mil.



No caso da Zênite, o índice de sucesso nas defesas chega a 85%. “É preciso trabalhar sempre em conjunto com o médico, detectando e alertando sobre todos os fatores de risco. Mas as vantagens são enormes. Com o RC Médico, o cirurgião tem mais proteção e tranquilidade. E com o custo de uma única ação seria possível pagar 10 anos do seguro”.

## MERCADO EM EXPANSÃO

A Nobre Seguradora, que atua desde 2000 com o RC Médico, tem atualmente mais de 5.100 segurados. Desse total, 984 são cirurgiões plásticos e a demanda do produto por esses especialistas registrou crescimento de 30% em 2007 e 57% em 2008.

A expansão da carteira segue curva ascendente há alguns anos. Em 2006, a companhia obteve resultado de R\$ 4,6 milhões, registrando evolução de 44% em 2007 (R\$ 5,9 milhões) e de 25% em 2008 (R\$ 74 milhões).

“A contratação do Responsabilidade Civil Profissional Nobre é efetuada através de proposta, com procedimentos simples e seguros”, aponta Pedro Albuquerque, diretor presidente da seguradora.

O proponente pode contratar valo-



Pedro Albuquerque – Nobre Seguradora

res de importância segurada de até R\$ 1 milhão. Como exemplo, o cirurgião plástico que contrata R\$ 100 mil, paga um prêmio mensal de R\$ 174,46, “ou o equivalente a R\$ 5,81 por dia, mas lembramos que cada especialidade médica tem custo específico”, complementa Pedro.

O executivo explica que o processo de regulação do sinistro é iniciado a partir do momento em que o médico tem conhecimento de uma reclamação e procede com aviso de forma imediata à Nobre. As linhas de defesa do segu-

rado são definidas em comum acordo com a companhia.

## META DE LIDERANÇA

A Mapfre Seguros iniciou sua operação com RC Médico em 2006, mas já conta com cerca de 5.000 segurados. Em 2007, o crescimento da demanda por cirurgiões plásticos foi de 40%. Em 2008 foi de 50%, o que resulta hoje em cerca de 1.000 profissionais dessa especialidade cobertos pelo produto.

“Em 2009, a Mapfre trabalha com meta de crescimento de 50% na carteira, prevendo chegar a um total de 7.500 segurados até o fim deste ano, visando a liderança do mercado”, revela o diretor Valmir Alves da Silva.

O preço do seguro varia conforme a especialidade. Por exemplo: para limite contratado de R\$ 100 mil, os custos anuais são de R\$ 1.375,55 para cirurgião plástico, R\$ 832,02 para cirurgião geral, R\$ 417,75 para dentistas que trabalham com implantes e R\$ 238,732 para enfermeiros.

Em caso de sinistros, a Mapfre dá total apoio ao segurado em relação à parte reclamante, também com equipe especializada, cobrindo danos corporais, materiais e morais causados a pacientes, por erro ou omissão no exercício de suas funções.

## Experiência e risco

Na carteira da Nobre Seguradora, os cirurgiões plásticos cobertos pelo RC Médico têm idade média de 45 anos. O dado sugere conclusões interessantes.

Por um lado, especialistas recém-formados não têm grande interesse pelo produto porque ainda não formaram uma grande clientela e, portanto, estão menos expostos ao risco. Apesar de mais conscientes sobre seguros em geral, eles provavelmente não exer-

gam o produto como prioridade.

Por outro lado, cirurgiões plásticos com maior idade e mais experiência têm grande número de pacientes e realizam mais cirurgias – e assim estão muito mais expostos ao risco. Em contrapartida, essa é a população menos afinada com seguros inovadores, como o RC Médico.

O diretor da Zênite Assessoria e Consultoria, Felipe Barreto, concorda

com tais conclusões, mas aponta que, tanto os cirurgiões plásticos mais jovens, quanto os mais experientes que podem cometer um erro pelo excesso de confiança, devem se proteger no exercício da profissão, contratando o RC Médico.

Na carteira da Zênite, 10% das ações contra cirurgiões plásticos envolvem profissionais com longa experiência na função.

# Pesquisa revela principais problemas de saúde nas empresas

Levantamento produzido pela Omint com 8.727 executivos mapeia a incidência de doenças crônicas e sugere a necessidade de investir em qualidade de vida

Os hábitos de vida não saudáveis são os maiores vilões da saúde dos executivos brasileiros. Essa é a conclusão de um estudo conduzido pela Omint com 8.727 profissionais que ocupam postos de trabalho situados entre alta gerência e diretoria de grandes companhias brasileiras.

As longas jornadas de trabalho e a pressão por resultados são os principais fontes de problema. O levantamento demonstra que 96,04% dos executivos não conseguem manter alimentação equilibrada, 43,18% são sedentários, 31,94% apresentam níveis elevados de estresse e 13,15% são fumantes. Há, ainda, sobreposição nestes grupos.

De acordo com gerente médico da Omint e coordenador do estudo, Caio Soares, enquanto as pessoas não con-

siderarem a manutenção da qualidade de vida como algo necessário, mudanças significativas no quadro não acontecerão.

“Ainda predomina no mundo corporativo uma convenção de que a preocupação com a qualidade de vida se opõe à produtividade, o que não é verdade. Quem não controlar hábitos de vida não saudáveis e fatores de risco hoje, encurtará sua vida profissional e se transformará em custo elevado na folha de pagamento dos planos de saúde corporativos”, explica.

O levantamento da Omint concluiu que 10,39% dos executivos possuem risco cardiovascular aumentado. A operadora considera indivíduo com risco cardiovascular aumentado quem apresentar pelo menos dois dos seguintes fatores de risco: hipertensão arterial, hipercolesterolemia, tabagismo e antecedente familiar de doença coronária.

Entre as doenças crônicas, o excesso de peso (IMC acima de 25) é a que mais afeta os executivos. Mesmo em níveis baixos (IMC entre 25 e 29,9), o sobrepeso já contribui significativamente para o surgimento de doenças cardiovasculares. “A alta incidência do excesso de peso é consequência direta da má alimentação”, aponta Soares.

Na seqüência, a hipertensão arterial ocupa o segundo lugar entre os executivos: 18,36% dos profissionais possuem pressão arterial acima de 140

x 90. São executivos que precisarão de cuidados especiais para controlar o problema. A doença é um dos principais fatores de risco para problemas cardiovasculares.

O colesterol alto, por sua vez, atinge 11,46% dos executivos, enquanto que o diabetes afeta 2,37%. Mas como a má alimentação é predominante na população analisada, a pesquisa sugere que as duas enfermidades poderão causar problemas sérios no futuro.

## MOTIVAÇÃO PARA MUDANÇA

A Omint também procurou aferir o grau de motivação dos executivos para mudança de hábitos. Embora 96,04% dos executivos incluídos no levantamento não mantinham alimentação equilibrada, apenas 25,71% está efetivamente buscando solucionar o problema.

Os dados demonstram que 38,47% dizem pensar muito no assunto, mas não tomam nenhuma atitude, enquanto que 24,96% afirmaram pensar pouco no assunto, 5,38% disseram não pensar nada e 5,48% não quiseram informar.

Em relação ao combate do sedentarismo, a situação já é melhor. Dos 41% de sedentários apontados pelo levantamento, 36,73% já disseram estar enfrentando o problema de alguma forma, enquanto que 44,15% disseram pensar muito sobre o assunto. Apenas 2,68% dizem não pensar sobre o assunto, enquanto que 15,15% disseram pensar pouco no assunto e 1,11% não informou.



Caio Soares - Omint

## DESINFORMAÇÃO

A maioria dos portadores de males crônicos desconhece a sua própria doença. O caso mais preocupante refere-se aos portadores de hipertensão arterial. Apenas 26% sabiam do problema. Entre os portadores de diabetes, apenas 32%, enquanto que entre os portadores de colesterol alto, 48% tinham conhecimento da doença.

“A rotina exaustiva e o estresse causado pela pressão do dia-a-dia impede que muitos desses profissionais sequer se lembrem de que é necessário fazer exames de rotina com frequência. Com saúde não se brinca”, afirma Caio.

## AMBIENTE INSALUBRE

Rinite e alergia de pele lideram, com 27,54% e 22,22% respectivamente, o *ranking* das enfermidades que mais atingem os 8.727 executivos que participaram do levantamento. Para Caio Soares, além de fatores externos como a poluição, muitas vezes essas doenças poderiam ser controladas ou minimizadas por meio de melhores condições de higiene no próprio ambiente de trabalho.

“Limpar frequentemente o filtro do ar condicionado e manter os carpetes higienizados para evitar a propagação descontrolada de ácaros podem ser iniciativas muito eficazes no controle do problema”, explica Soares. Embora ambas as doenças não apresentem nível de gravidade elevado, seguramente estão entre as principais causas de procura por consultas médicas e exames complementares.

## EPIDEMIA DE ESTRESSE

Entre as principais reclamações dos executivos que participaram do levantamento, estão doenças ou sin-

tomas que indicam a presença do estresse. Se ainda não existem provas de que o estresse pode causar outras enfermidades, é mais do que conhecida sua capacidade para potencializá-las.

A tensão muscular, que pode ser uma reação do nosso organismo à pressão que sofremos no nosso dia a dia pode, por exemplo, ocasionar dores nos ombros e no pescoço. A reclamação é freqüente em 20,9% dos executivos avaliados pelo estudo, enquanto que 10,4% reclamam de dores nas costas constantemente.

A ansiedade, a insônia e a depressão também são enfermidades que podem estar relacionadas ao estresse e que atingem de forma considerável a população avaliada pela Omint tendo em vista que 14% dos indivíduos relataram sofrer de ansiedade, enquanto que 11,70% dizem ter insônia e 8,27% revelaram diagnóstico de depressão.

“O mundo vive uma epidemia de estresse. A doença é difícil de ser combatida e a identificação dos seus sintomas não é algo simples de ser feito. Todas essas enfermidades mencionadas podem de fato ser consequência do estresse, mas também podem ter sido provocadas por outros fatores”, explica o gerente médico da Omint. Caio Soares lembra, ainda, que a hipertensão também poderia ser incluída no rol de doenças causadas ou potencializadas pelo estresse.



Ilustração: sxc.hu

## Perfil

Dos 8.727 executivos avaliados, 6.401 têm menos de 40 anos de idade, o que representa 84% do total. Na faixa etária que vai dos 40 aos 59 anos se encontram 2.121 executivos. Apenas 205 profissionais têm mais de 60 anos.

De acordo com Caio Soares, os resultados detectados são compatíveis com o que se espera de uma população jovem e que, portanto, está vivendo uma fase crítica da carreira, relacionada à ascensão profissional, à manutenção do emprego e que são cobrados exaustivamente por resultados imediatos.

“Todas as doenças crônicas, de uma forma geral, apresentam problemas graves no longo prazo. Por essa razão, a chave é a mudança de hábito. Quanto mais cedo iniciar a mudança, melhores são as condições de saúde no futuro”, explica.

# Hospitais se modernizam para melhorar atendimento a beneficiários

TotalCor e Hospital Santa Helena inauguram instalações de primeira linha, combinando tecnologia, sofisticação e conforto

O Hospital TotalCor, especializado em cardiologia, inaugurou três novas suítes, no dia 7 de abril, com objetivo de atender pacientes que buscam tratamento diferenciado.

“Hoje é uma tendência a procura por instalações que amenizem a interação e a solução é oferecer serviços com o máximo de comodidade, sem abrir mão da segurança e seriedade de um hospital”, explica Valter Furlan, diretor médico do TotalCor, que atende os planos de saúde Amil, Blue Life, Dix Amico e Porto Seguro.

Instaladas no primeiro andar, as novas suítes possuem arquitetura moderna e contam com equipamentos de última geração. São três novos apartamentos – dois deles com 41m<sup>2</sup> e o outro com 37,8 m<sup>2</sup> – todos com área privativa para o acompanhante, além de lavabo, banheiro e copa.

O projeto foi concebido com uso de materiais nobres, como o emprego de mármore branco extra nos banheiros e do porcelanato, colocado nos pisos e paredes das suítes. Algumas delas são forradas em dois tons de laminado, que formam painéis, criando jogo de cores e relevos.

“A criatividade foi fator determinante no uso dos materiais, descaracterizando a imagem fria das unidades tradicionais”, explica o engenheiro Robson Szigethy, diretor de Projetos do Total Cor e responsável pela obra.

A automatização também está pre-

sente nos apartamentos, onde é possível acionar, através de um único controle remoto, iluminação com diferentes cenários e intensidades, ar-condicionado com opção de calefação ou refrigeração, televisão e som ambiente.

## CONFORTO E SEGURANÇA

A Santa Helena Saúde, maior operadora de planos de saúde do Grande ABC, inaugurou o Hospital e a Maternidade Santa Helena, no dia 16 de abril. A unidade médica ocupa 5 mil m<sup>2</sup> em uma área anexa do prédio da Av. Armando Ítalo Setti, em São Bernardo do Campo, onde desde 2007 funciona o Espaço Saúde, fazendo com que o complexo hospitalar totalize cerca de 15 mil m<sup>2</sup> de área construída.

O novo hospital abriga berçários, UTIs neonatal e pediátrica, centros cirúrgicos e dispõe de modernos equipamentos. São 24 leitos para bebês com 20 câmeras de segurança, permitindo o monitoramento dos recém-nascidos em tempo integral.

A equipe possui profissionais qualificados que garantem a saúde e bem-estar das mães e recém-nascidos. “Temos um grupo composto por neonatologistas, intensivistas, obstetras e enfermeiras”, afirma o diretor Comercial do Santa Helena, Fernan-



Quarto TotalCor

do Fornias.

Os centros cirúrgicos foram projetados com grandes janelas e paredes azuis, que dão ao ambiente um ar agradável e aconchegante. A tecnologia está presente com aparelhos de anestesia, bisturi elétrico, monitores cardíacos, foco cirúrgico e mesa própria para partos, oxímetros e ar-condicionado central com regulagem de temperatura individual.

O Hospital e Maternidade Santa Helena oferece ainda o recurso de rastreabilidade, permitindo que médicos e enfermeiros tenham acesso ao prontuário da paciente e registrem todas as etapas do parto.

Além de todo aparato médico e tecnológico, o complexo oferece cursos para gestantes, antes e após o parto, orientando as beneficiárias e pais sobre amamentação, banho e cuidados gerais com o bebê.

# Chegou o DirectAssist. O sistema para acionamento de assistência em SmartPhones.

Com ele, seu cliente pode solicitar a assistência 24 horas da Mondial Assistance diretamente de seu SmartPhone, sem a necessidade de fazer ligações, e ainda acompanha o status do atendimento através do Google™ Maps. Tudo isso com um só toque e em um ambiente personalizado com a sua marca. Conheça todas as funções e vantagens do DirectAssist.

Ligue (11) 3178-2599 ou acesse [www.mondial-assistance.com.br](http://www.mondial-assistance.com.br)

How can we help?



 **MONDIAL**  
ASSISTANCE

# Miller do Brasil aposta em sólido expertise para cobrir grandes riscos

Graham Clarke, CEO da Miller Insurance Services Limited, esteve no Brasil para reafirmar o compromisso da empresa na geração de soluções únicas para o mercado nacional

A Miller do Brasil recebeu Graham Clarke, CEO da Miller Insurance Services Limited, broker de resseguros com 107 anos de atividades no mundo. A finalidade do executivo era visitar clientes importantes, reforçando a importância da unidade brasileira no contexto das operações da empresa.

Em 2000, Clarke se tornou CEO da Miller Insurance Services Limited. Ele também é vice-presidente do Insurance Institute of London, membro do London and International Insurance Brokers Association (LIIBA) e, em Washington D.C, diretor do Council of Insurance Agents & Brokers (CIAB).

A Miller tem escritórios em vários países, sendo o maior broker independente do Reino Unido e um dos principais do Lloyd's of London, conhecido como o principal pólo mundial de seguros há mais de 300 anos.

“Desde 1998, a Miller tem investido no Brasil e vai continuar a fazê-lo, principalmente no que se refere ao intercâmbio de nosso conhecimento para a estrutura local e para nossos clientes, procurando olhar para cada um como se fosse único e, portanto, gerando soluções únicas”, reforça Clarke.

Clarke ressalta que o expertise da Miller é muito valioso com a nova realidade do mercado aberto de resseguros. “O mercado brasileiro de resseguros tem um potencial enorme e vai amadurecer rapidamente. Integrado ao contexto internacional, novos produtos e linhas de

negócios surgirão, ajudando ainda mais no seu desenvolvimento”.

## NÍVEIS DE EXCELÊNCIA

Quanto à crise financeira internacional, Clarke concorda que o patrimônio de resseguradores “foi atingido”. Em paralelo, ele destaca que há menos massa de bens e serviços sendo segurados, o que reduz o volume de negócios. “O mercado vai ter que ganhar dinheiro na operação, trabalhando com níveis técnicos de excelência”.

Clarke ressalta que “as perdas geradas por catástrofes naturais e nas carteiras de D&O e E&O reforçam a necessidade de focar na qualidade da subscrição de riscos”.

“O fato é que os grandes riscos brasileiros precisam de capacidades globais para ser integralizados. Assim o país não está imune aos reflexos que a crise pode gerar quanto a preços e disponibilidade de capacidade”, aponta

Entretanto, o executivo diz que a “boa notícia” é o fato do mercado internacional enxergar o Brasil de forma positiva, “pois a chance de perdas catastróficas são praticamente nulas, além do país se posicionar como uma das dez maiores economias do planeta”.

Ele ainda comenta que a Miller tem todas as condições para viabilizar colocações de riscos brasileiros em condições muito favoráveis. “Aliás, temos vivido tal experiência na prática, explorando de forma construtiva a excelente condição do Brasil”.



**Graham Clarke – Miller Insurance Services Limited**

Por sua vez, Márcio Corrêa, da Miller do Brasil, avalia que a visita de Clarke foi produtiva e com certeza demonstra como a matriz inglesa está interessada em consolidar e ampliar os negócios no nosso país.

“Além de termos uma estrutura funcional de excepcional qualidade, temos o privilégio de ter o suporte da Miller, cuja reputação técnica e operacional é inquestionável por aqueles que conhecem minuciosamente o mercado internacional”.

Já o executivo Dario Guarita assegura que “os acionistas da Miller do Brasil estão comprometidos com a política de crescimento da empresa, não medindo esforços para atrair os melhores profissionais para atingir essa meta”.



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



# Osmar Bertacini toma posse no CVG/SP

Novo presidente traz experiência e seriedade a serviço do Seguro de Vida

A diretoria eleita para a gestão 2009/2010 do Clube de Vida em Grupo – CVG/SP, presidida por Osmar Bertacini (Humana Seguros), tomou posse no Teatro do Renaissance Hotel, em São Paulo, na noite de 16 de abril. O evento contou com a presença de mais de 200 pessoas, entre convidados, muitas autoridades, presidentes e diretores de companhias de seguros.

Estiveram presentes as seguintes personalidades: Nilton Molina, da CNSeg; Leôncio de Arruda, do Sincor/SP; Serafim Gianocar, do Sindicato dos Securitários/SP; Luiz Gustavo Miranda, da Aconse/SP; Ayrton Pimentel, da AIDA; Luis López Vasquez, da APTS; Fernando Simões, do Sindseg/SP; Pedro Barbatto Filho, da Câmara dos Corretores/SP; Ronaldo de Oliveira, do Clube da Bolinha/SP; Nilson Arelló, do Clube dos Corretores/SP; Sônia Regina G. Ribas, da Funenseg; Octávio Perissé, do CVG/RJ; além dos ex-presidentes Elias Cattach, Eiji Denda, João Carlos Mendes, Maurício do Amaral, Ronaldo Megda e Sérgio Leonardi e dos fundadores Carlos Albino Vidal, Pedro Bacelar e Reinaldo de Oliveira.

David Felipe Santiago, presidente da gestão 2007/2008, se despediu agradecendo o enorme apoio recebido das seguradoras e de seus colegas de diretoria. Em breve discurso, “porque o astro da noite é o Osmar”, David destacou a competência de seu sucessor. “Tenho certeza que Osmar e sua diretoria continuarão com muito brilho o trabalho de todas as diretorias nestes últimos 27 anos”.

## MOVIDO A DESAFIOS

Recordando-se de momentos de sua vida, entre os quais seu casamento



Posse do CVG

e o nascimento de seus filhos, “porque são esses momentos marcantes que me dão forças para prosseguir”, o presidente Bertacini iniciou seu discurso. “Sou sócio fundador do CVG/SP, fui diretor da entidade por 17 vezes e nunca tinha sido presidente. Assumir esta função agora tem um sabor todo especial, principalmente porque minha vida profissional sempre foi dedicada aos seguros de pessoas. Sou movido a desafios”, afirmou.

Osmar Bertacini tem mais de 40 anos de dedicação ao mercado de seguros. Segundo Nilton Molina, diretor da CNSeg, “Osmar é hoje a cara do seguro de pessoas no Brasil. E, neste momento, a entidade não poderia estar em melhores mãos”.

O novo presidente aprofundará a política de cursos, mantendo a parceria com o Sindicato dos Securitários e estimulando e aperfeiçoando os cursos atuais, “afinal sou professor da Escola Nacional de Seguros

(Funenseg) há mais de 20 anos”.

Ele destacou também a importância de se manter um bom relacionamento com as outras entidades do mercado. “Até porque este congraçamento entre associados e o respeito profissional fazem parte do estatuto da entidade, que não se discute, cumpre-se”. Osmar foi diretor e presidente de inúmeras entidades ao longo de sua vida profissional.

Muito aplaudido, Bertacini fez um compromisso de gestão: “Ética não se ensina, exemplifica-se”. Ele agradeceu ainda, pela indicação ao cargo, o ex-presidente do CVG/SP, Paulo Meinberg, “meu velho amigo, que brilhantemente e por muitas vezes já esteve aqui na presidência da entidade”.

A nova diretoria do CVG/SP, em reconhecimento à contribuição das suas beneméritas, as grandes mantenedoras do Clube, prestou uma homenagem com placas. A solenidade foi seguida de coquetel.





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.

### 26 e 27 de maio, 2009

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

**Informes e Inscrições**

**André Pena**

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

**José Francisco Filho**

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

PABX: (11) 3884-5966

**Organização e Patrocínio**

Revista Seguro Total

# E se não chegarmos a um acordo?

Consultor da CMI International Group defende a importância de ter em mente as melhores alternativas em negociação

Um aspecto pouco considerado na preparação das negociações é planejar o que fazer se a negociação falhar. Muitas pessoas sentem tanta ansiedade por fechar um trato, que não querem nem pensar no que poderiam fazer se não chegassem a um acordo.

“Pagam-me para chegar a um acordo, não para ver o que se pode fazer no caso de não atingi-lo”, falam diversos executivos. Este é um erro grave, comenta Pablo Laurino, Consultor da CMI International Group, consultoria internacional especializada em negociação, manejo de relações significativas e resolução de conflitos.

A CMI International Group surgiu em 1997 do projeto desenvolvido em Harvard que levantou, desde do fim da década de 70, as razões que asseguravam o sucesso nas negociações de longo prazo – sejam elas do mundo diplomático, comercial, financeiro, sindical, etc. Com sede em Cambridge, no estado de *Massachusetts* (EUA), o Grupo expandiu suas atividades e fronteiras, atuando em diferentes países e levando seus treinamentos às mais diversas empresas, instituições e categorias profissionais

“O objetivo de uma negociação não deve ser chegar a um acordo, mas encontrar o melhor caminho para satisfazer os interesses mútuos”, continua Laurino.

Na visão do especialista, todo o processo tem o objetivo de ajudar-nos a tomar uma decisão chave: devo chegar a um acordo com quem estou negociando? ou devo optar

por minha melhor alternativa a este acordo (MAAN)?.

“Alternativa é tudo aquilo que posso fazer, fora da mesa de negociação na qual estou participando, sozinho ou com outro, para satisfazer meus interesses. Não devemos participar de uma negociação sem ter pensado antes qual é a nossa melhor alternativa e as formas de melhorá-la”, explica Laurino.

Laurino considera que conhecer sua MAAN é, além disso, um dos elementos mais tranquilizadores em uma negociação. Se as alternativas são muito boas, ou seja, se o que você necessita pode ser obtido também fora dessa mesa negociadora, com certeza negociará com mais tranquilidade.

“E quando minhas alternativas são muito ruins?”. A resposta de Laurino é: “Você não sabe o quanto tranquiliza saber isso. Dessa mesa você não pode se levantar. Pense e melhore sua própria alternativa a um acordo. Coloque-se no lugar do outro e desconsidere suas possibilidades de retirada”, aconselha Laurino.

Em último lugar, durante a negociação, Laurino sugere que é preciso manejar o assunto das alternativas com muito cuidado, pois poucas coisas soam mais ameaçantes que expor cruamente sua possibilidade de retirada ou dizer para a outra parte que, “se não negocia com você, está ‘morto’”.

## WORKSHOP

A CMI International Group está realizando seu próximo workshop de



Pablo Laurino – CMI Group International

negociação “Teoria e Ferramentas do Projeto de Negociação de Harvard”, nos dias 26 e 27 de maio em São Paulo.

O objetivo do workshop é ajudar os participantes a melhorar suas habilidades negociadoras para a tomada de decisões e resolução de problemas, assim como dar-lhes ferramentas para requintar essas habilidades no futuro, especialmente em tempos de crise.

O evento vai acontecer no Hotel Golden Tulip Park Plaza, das 9 horas até as 18 horas.

Para maiores informações, seguem os contatos: e-mails [andr@revistasegurototal.com.br](mailto:andr@revistasegurototal.com.br) e [francisco@revistasegurototal.com.br](mailto:francisco@revistasegurototal.com.br) ou fone (11) 3884-5966.

Logo: PLANETA SEGURO

Top Right: Mapa do Site

Banner: O nosso maior presente é o futuro. YASUDA SEGUROS

Left Menu: Inicial, Quem Somos, Últimas Notícias, Clipping do dia, Edições, Eventos, Prêmio, Cursos, Colunistas, Expediente, Publicidade, Serviços, Mercado, Links, Assinatura, Contato

Edições: Edição nº 93, Edição nº 92

Tempo Agora: Rio de Janeiro - RJ, QUA-13:05, MÁX: 30 °C, MÍN: 20 °C, CHUV: 0mm, céu claro

Destaque: São Paulo, quarta-feira, 13 de maio de 2009

### Calendário de cursos do CESVI BRASIL para 2008

Reconhecidos e certificados pelo SUSEP. CESVI BRASIL São Paulo, SP

Fonte: Folha de São Paulo

#### Após viver estilista no cinema, Audrey Tatou vira rosto do Chanel Nº 5

Impacto da crise foi indireto, diz Susep  
A crise afetou o mercado de seguros apenas "indiretamente". Não há empresas com problemas de solvência e a influência maior foi nas vendas menores, por conta da desaceleração... (Leia mais)

Care Plus lança novas coberturas de saúde  
A Care Plus - reconhecida pela atuação no segmento top de saúde, com prestação de serviços diferenciada a colaboradores das principais... (Leia mais)

Certificação para corretoras no Rio Grande do Sul  
Cinco cidades gaúchas oferecem o curso para certificação técnica para profissionais de corretoras, na área de Atendimento ao Público, nos segmentos... (Leia mais)

Conapp e Delphos firmam parceria para carteira Auto  
A Conapp (Companhia Nacional de Seguros S.A), seguradora de Ramos elementares do Grupo Capemi vai retomar as suas operações... (Leia mais)

Últimas Notícias

quarta-feira, 13 de maio de 2009

- Obrigatoriedade de antifurtos em debate
- Porto Alegre terá inspeção veicular gratuita
- A bicicleta quebrou? Chame a Porto Seguro
- Lanchinho da tarde pode influenciar no dia-a-dia da empresa
- Aon Corporation entre as maiores
- Fipecafi abre inscrições para curso de Gestão de Tesourarias
- Seminário GeoWeb & GPS disponibiliza podcast do evento
- Anixter participa da Exposec 2009
- Gameloft e Claro fazem promoção de jogos para celular
- Mulheres assumem posição de destaque na RFS

Todas notícias

Publicidade: Prêmio Mercado de Seguros 2009, Mercado Livre, em até 18x, Cdj 200 Pioneer Garantia De 1 ano R\$1.009,00 CLIQUE E COMPRE, Submarino, Relógio Monitor Cardíaco c/ Cronômetro +Pochete+Clip Bike FRETE GRÁTIS

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

# SulAmérica passa a utilizar tinta à base d'água para reparo de veículos

Parceria inédita firmada com a BASF demonstra a preocupação social da seguradora

A SulAmérica Seguros e Previdência é a primeira seguradora brasileira a utilizar tinta à base d'água na reparação dos veículos dos clientes do Seguro Auto SulAmérica. A nova tecnologia é resultado de uma parceria entre a seguradora e a Glasurit, marca de repintura automotiva da BASF, que emite 90% menos solventes na atmosfera que as tintas automotivas tradicionais, além de melhorar substancialmente as condições de trabalho do profissional da reparação.

A primeira etapa do novo sistema de pintura à base d'água entrou em funcionamento em março, na rede de oficinas credenciadas ao C.A.S.A. (Centro Automotivo de Super Atendimento) de Porto Alegre (RS) e será ampliado para o restante do país.

“A tinta à base d'água é largamente utilizada pelas indústrias automotivas sendo obrigatória na Europa, tanto nas montadoras como oficinas de reparo. Ao adotar esta tecnologia, estamos trazendo para o nosso cliente a mesma qualidade de sua montadora e igualando o serviço de reparo ao padrão da pintura original”, afirma o vice-presidente de Automóveis e Massificados da SulAmérica, Carlos Alberto Trindade Filho, destacando que a qualidade final do trabalho reproduz, de forma fiel, a cor e a textura da pintura original executada na linha de montagem.

## MAIOR PRODUTIVIDADE

O sistema de pintura à base d'água proporciona ainda maior produtividade nas oficinas, economia de materiais de consumo e tinta, facilidade no acerto das tonalidades de cores evitando retrabalho e agilizando o retorno do veículo ao segurado. “Hoje, entregamos o veículo



C.A.S.A Porto Alegre

consertado ao segurado, em média, em até 15 dias, o que já é um diferencial do C.A.S.A. no mercado. Com esta novidade, a intenção é que este prazo diminua”, reforça o executivo.

As tintas utilizadas nos reparos são da Linha 90, da marca Glasurit, lançada na Alemanha em 1992 e presente no Brasil desde 2005. A Linha 90 foi pioneira tecnologicamente, tendo sido o primeiro sistema à base d'água introduzido no mercado, que cumpre com as mais rígidas normas ambientais vigentes nos mercados europeu e norte-americano.

Para a implantação, todas as oficinas cadastradas no C.A.S.A. receberam visita dos representantes das duas companhias e passaram por um processo de adequação ao novo modelo de pintura com tinta à base d'água.

Além disso, os profissionais das oficinas foram capacitados para seguir procedimentos e métodos de utilização do

material sem desperdícios ou prejuízos ao meio ambiente. “É importante para nós assegurar a qualidade da pintura ao consumidor final que, quando voltar ao C.A.S.A para buscar o veículo reparado, receberá um certificado de garantia da pintura à base d'água da Glasurit”, afirma Francisco Verza, diretor da BASF.

O projeto irá se estender, ainda neste semestre, para os outros Centros Automotivos da seguradora. As próximas cidades a contar com a tinta à base d'água para o reparo de veículo serão São Paulo, onde a SulAmérica possui duas unidades do C.A.S.A., na avenida dos Bandeirantes (zona sul) e no bairro de Santana (zona norte), e Santo André, no ABC.

Em seguida, a ação chega ao interior de São Paulo, em Campinas e Ribeirão Preto. “Saímos na frente com esta novidade e esperamos, em um curto período, levar este diferencial para os segurados de todo país”, destaca Trindade.

# O desafio de pedir desculpas

Como pedir desculpas com assertividade, gentileza e sinceridade?

Quando se tem razão, é relativamente mais fácil se comunicar. Talvez seja mais fácil, por você ter certeza do que está dizendo, ter argumentos sólidos, contar com um raciocínio lógico e incontestável e ainda saber articular suas idéias com assertividade e respeito aos demais.

Mas, e quando não se tem a razão? Nas discussões mais acaloradas, você pode perceber tarde demais que, na verdade, você estava errado. Que apesar de seus argumentos, você se equivocou. Que apesar da lógica de seu pensamento, você desconsiderou um ou outro fator crucial para determinar uma decisão no trabalho. Que apesar de sua assertividade, a sensação de desrespeito falou mais alto e provocou um mal-estar entre seus colegas de trabalho.

Sim, você estava errado. E tem o dever moral de se desculpar com seus colaboradores. Mas como pedir desculpas em um contexto profissional tão delicado? É um desafio, mas precisamos lidar com ele várias vezes,

afinal, diferentemente do que gostaríamos de acreditar, não somos perfeitos, passíveis de erros e nem sempre estamos certos sobre tudo.

Assertividade é a palavra. Sem rodeios, sem máscaras, sem distorções, você deve pedir desculpas com gentileza, humildade e, principalmente, com sinceridade. Para admitir o erro, é preciso afirmar, sem agressividade e com absoluta franqueza: “Desculpe, eu estava errado”. Não revire o assunto, tentando justificar seus deslizes, pois assim você poderá piorar ainda mais a situação. Simplesmente, diga o que deve ser dito, com um tom de voz pacífico e com uma postura altiva e elegante – ninguém precisa se curvar ou implorar por desculpas.

Pedir desculpas não quer dizer que você está se humilhando, sendo submisso ou passivo. Você está sendo totalmente íntegro ao perceber e admitir o erro. E é fundamental saber se expressar nessas situações delicadas com integridade.



**Reinaldo Passadori é especialista em comunicação verbal e diretor do Instituto Reinaldo Passadori de Comunicação Verbal. Autor do livro “Comunicação Essencial – Estratégias Eficazes para Encantar seus Ouvintes” - Editora Gente. Acesse: [www.passadori.com.br](http://www.passadori.com.br).**

## Leitura na tela

Para ilustrar a coluna dessa semana, recomendo o filme A Vida no Paraíso (As som i Himmelen), Drama ( Suécia, 2004): A história é centrada em Daniel, maestro de fama mundial que, após sofrer um infarto, decide retornar à sua cidadezinha natal para relaxar e deixar de lado a loucura da vida que levava. Ao chegar lá, encontra uma comunidade parada no tempo, cheia de emoções reprimidas, e que obedece cegamente aos sermões conservadores do pastor local.

A premissa maior de A Vida no Paraíso é que o canto funciona como uma chave que abre o coração e a alma das pessoas, ajudando não só os habitantes da cidade a se soltarem, a pedirem desculpas uma para as outras, mas também para o próprio maestro que compõe uma canção para uma das integrantes do coral, que fará transformações na vida de todos que a ouvirem.



## Dúvidas.com

**“Assumi há cerca de um mês o cargo de gerência de uma multinacional e me deparei com resistências pessoais e profissionais da equipe, que conta com mais doze funcionários, todos sob minha gestão. Acredito que minha ansiedade está atrapalhando, pois é a primeira vez que estou na liderança de um grupo tão grande. Tanto que, recentemente, ao avaliar tarefa feita por um dos funcionários, não gostei do resultado e, sem medir as conseqüências, afirmei que se tratava de um “trabalho infantil”. E o pior de tudo é que, no meu descontrole, falei para todos ouvirem, o que está criando ainda mais dificuldade no meu relacionamento com os demais integrantes da área. O que devo fazer?”**

**Marcelo Panuzzi, Porto Alegre (RS).**

Marcelo, realmente você já se deu conta que não foi nada produtivo o comentário negativo que fez diante de parte de sua equipe. Se já havia resistências à sua liderança, o episódio torna tudo ainda mais complicado. Aconselho você, primeiramente, a se desculpar diretamente e em particular com seu funcionário e, depois, ter uma conversa franca com o grupo, falando abertamente que sua intenção é colaborar no sentido do crescimento da área, acatando sugestões e dando feedback para tudo que é realizado no dia-a-dia. Nesse percurso, você deve também procurar conhecer a individualidade de cada um, pontos fortes e fracos, para poder extrair o melhor dos profissionais sob seu comando, sem cobranças exageradas ou desrespeitosas, reforçando a importância do trabalho em equipe.

Atenciosamente, Reinaldo Passadori

Por Marcel Pratte\*

Imagine a vida do executivo Amaral, que sempre adota novas tecnologias para garantir uma série de benefícios em seu cotidiano. Hoje, quando Amaral estaciona o carro em sua garagem, ele recebe um SMS informando o trajeto e a distância percorrida do trabalho até sua casa.

Depois, ao adentrar em sua residência, há o acionamento de portas e janelas que são habilitados através de sensores e dispositivos tecnológicos, que garantem a sua segurança. Ao passar pelo *hall* de entrada, uma série de dispositivos extraem dados informando a saúde do segurado, que passa por um check up, com direito a verificação da taxa de glicose e pressão arterial e com a permissão do Sr Amaral, todos estes dados são enviados em segundos à seguradora para servir como base para o perfil da pessoa e futuramente calcular o valor do prêmio e outros benefícios que a companhia possa vir a oferecer para seu cliente, como apólices mais personalizadas.

Este cenário de casa futurista aliado a tecnologia, permitirá às empresas do setor de seguros oferecer serviços e melhores condições a seus clientes. É a tecnologia transpondo barreiras e acompanhando a vida do cliente em *real time*.

Mas afinal será que todas as pessoas querem o mesmo serviço do Amaral? E como delimitar os tipos de clientes existentes hoje nas principais seguradoras brasileiras?

De acordo com a I.VW University of St. Gallen, basicamente existem cinco grupos de clientes:

- Individualistas procurando suporte (20,3%);
- Otimizadores de produto (26,7%);
- Minimalistas desinteressados (8,2%);
- Analisadores sensíveis ao preço (17,6%); e
- Tradicionalistas ligados à relação (27,1%).

Estes grupos de segurados compõem 100% da carteira de clientes e de futuros clientes. E aproximadamente 45,8% aprovaram os serviços selecionados pelo executivo Amaral.

A grande maioria (quatro dos cinco grupos detectados na pesquisa) considera que a tecnologia aliada à transparência está entre os principais pontos de avaliação na escolha da seguradora, somando quase 80% dos clientes e *prospects* interessados na utilização de tecnologia para a integração e relacionamento com a empresa seguradora.

Em tempos de crise econômica, onde as perspectivas de crescimento caem, a lucratividade diminui, as ações da companhia sofrem com a volatilidade das Bolsas de Valores mundiais e a participação do mercado diminui, as oportunidades de negócio são mais difíceis e os objetivos de venda não são alcançados.

O emprego da tecnologia atuando em prol da otimização de processos já instituídos, oferecem transparência aos serviços oferecidos, maximizando processos e atendendo o melhor ativo da companhia com qualidade: os clientes. E isso tudo favorecendo novas oportunidades de crescimento!

\* Marcel Pratte é diretor-geral da MMI Informática.



Com a parceria  
da SulAmérica você  
ganha muito mais.



2009  
**CAMPEÕES  
SULAMÉRICA**



**Maria  
Parceria**



**Campeões SulAmérica 2009: 5 carros na premiação intermediária.**

A 2ª rodada da campanha "Campeões SulAmérica 2009" vai de abril a junho. E nesta fase vamos fortalecer a nossa parceria para ajudar você a aumentar as suas chances de ganhar muito mais, inclusive um carro no meio do ano. Confira o regulamento e as dicas da **Maria Parceria** no site [sulamerica.com.br/campeoes2009](http://sulamerica.com.br/campeoes2009)

Imagens meramente ilustrativas.



**Carros. Viagens. Vale-presentes. Diversos brindes online.**  
SulAmérica e você. Essa liga dá negócio, dá certo, dá prêmio!

**SulAmérica**

associada ao **ING**

1.200 HOSPITAIS

2.000 LABORATÓRIOS

2.500 UNIDADES DE ODONTOLOGIA

18.500 CLÍNICAS ESPECIALIZADAS

23.000 MÉDICOS REFERENCIADOS

900.000 CLIENTES SATISFEITOS

Veja agora mais um número impressionante da Golden Cross.

# 4004 2005

A Golden Cross está com uma nova estrutura de telefonia exclusiva para você, corretor. Com ela, você poderá obter informações e solicitar serviços de forma muito mais rápida e prática. Ligue e conheça também um outro número muito importante para você: o do seu faturamento.