

REVISTA

SEGURO TOTAL

Ano XI
Nº 115 - 2011
R\$ 14,00



TEMPO ASSIST pronta para crescer



Marcos Couto
Novo CEO da Tempo Assist

Sincor-RS promove 9º Encor em Porto Alegre

Papo de Executivo: Cícero Barreto, da Omint

HSBC apresenta estudo sobre aposentadoria

Cademo Empresarial: Bradesco Vida e Previdência

Susep tem novo Superintendente no comando



Uma seguradora
realmente diferente: investe
em tecnologia
para deixar o atendimento
mais humano.

**O MUNDO NÃO É PERFEITO.
MAS A GENTE PODE FAZER A DIFERENÇA.**

Estamos iniciando uma mudança. E queremos que você, corretor, faça parte dela. A partir de agora não queremos mais falar linguagem de contrato com nossos clientes, só de gente. Estamos imprimindo só o necessário e deixando tudo numa página personalizada para eles na internet, salvando milhares de árvores. E ainda tem muito mais. Isso é um projeto a longo prazo: a gente começa a melhorar o mundo hoje e não para nunca mais. Venha com a gente fazer a diferença.

Confira a página personalizada em www.clubmapfre.com.br.

RESIDENCIAL VIDA EMPRESARIAL
AUTOMÓVEL INMOBILIÁRIO VIDA EMPRESARIAL
CARRÃO VIDA EMPRESARIAL
CELULAR VIDA EMPRESARIAL
CARRÃO VIDA EMPRESARIAL
CELULAR VIDA EMPRESARIAL
CARRÃO VIDA EMPRESARIAL
CELULAR VIDA EMPRESARIAL

 **MAPFRE**
SEGUROS

A seguradora diferente.

Edição N° 115 - Ano XI

Periodicidade: mensal

Editor

José Francisco Filho

MTB: 33.063

Jornalista Responsável

Carolina Abrahão

MTB: 62.332

carolina@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

Diagramação e Web

Diego Santos

diego@revistasegurototal.com.br

Redação, administração e publicidade

Rua José Maria Lisboa, 593

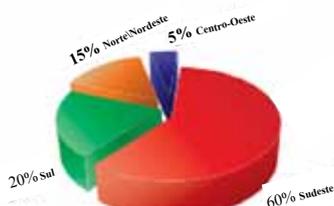
conj. 5 - CEP 01423-000

São Paulo - SP

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

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

Distribuição Nacional



www.planetaseguro.com.br



Siga-nos no Twitter:

twitter.com/seguro_total

9º Encor aponta tendências para o mercado de seguros

Entre os dias 26 e 27 de maio, o Sincor-RS promoveu o 9º Encor (Encontro de Corretores de Seguros do Rio Grande do Sul). Na edição 115, o leitor poderá conhecer todo conteúdo do evento, os assuntos tratados nas palestras ministradas, além de depoimentos dos principais executivos das seguradoras presentes na ocasião. O encontro teve como principal objetivo promover o encontro entre corretores e companhias de seguros, discutindo temas atuais e fornecendo informações aos profissionais do setor.

Em nosso caderno empresarial, a Bradesco Vida e Previdência apresentou os indicadores que contribuíram para torná-la líder do mercado. A companhia detém 34,4% de participação no mercado de previdência privada e conta com uma carteira de investimentos de R\$ 80,2 bilhões. Ao incorporar, em 2001, o segmento de seguro de vida, a empresa concentrou as atividades do Grupo Bradesco Seguros na proteção de pessoas.

Ainda nessa edição, na seção Papo de Executivo, contamos com a participação de Cícero Barreto de Souza. Atual Diretor Comercial da Omint, o executivo comentou sobre sua vida pessoal e metas para 2011.

Essas e outras reportagens, você encontra na edição 115!
Boa leitura!

Da Redação

Sumário

| | |
|----|---------------------|
| | |
| 4 | Notícias |
| 10 | Eventos |
| 18 | Capa |
| 24 | Especial |
| 34 | Papo de Executivo |
| 36 | Portal |
| 38 | Caderno Empresarial |
| 42 | Giro do Mercado |
| 44 | Vitrine |
| 46 | Artigo Passadori |

HSBC Seguros anuncia investimentos para a preservação de florestas

A HSBC Seguros irá investir R\$17 milhões em projetos para proteção do ecossistema e prevenção dos riscos decorrentes das mudanças climáticas, como temporais, secas e furacões. O programa será realizado por cinco anos em parceria com a WWF (World Wide Fund For Nature) e a SPVS (Sociedade de Pesquisa em Vida Selvagem e Educação Ambiental) e faz parte da estratégia da seguradora para se tornar empresa modelo na prática de sustentabilidade. O anúncio foi realizado durante a Conferência Internacional sobre Florestas, realizada pelo Instituto Humanitare – entidade que visa aproximar as Nações Unidas da sociedade civil. Com a nova estratégia, clientes da seguradora irão apoiar a preservação do meio ambiente com a aquisição de qualquer produto da HSBC Seguros, não apenas pela com-



pra de Seguros Verdes. Desde 2007, a empresa faz parte do Programa de Desmatamento Evitado coordenado pela SPVS que, por meio da venda de produtos verdes, já adotou mais de 2 mil hectares (aprox. 21.360.000 m²) de florestas nativas nos estados do Paraná, Santa Catarina e na região do oeste da Bahia. Somente no Brasil, as áreas adotadas pela HSBC Seguros correspondem ao estoque aproximado de 275 mil toneladas de carbono.

Com a nova estratégia, a expectativa é dobrar o número de áreas adotadas até 2015. O projeto faz parte de uma série de atividades desenvolvidas pela seguradora do Grupo HSBC que visa garantir a sustentabilidade dos negócios. O programa atua em cinco pilares: comprometimento dos colaboradores, revisão dos processos internos, engajamento dos fornecedores, compartilhamento das responsabilidades com os clientes e estreitamento do relacionamento com parceiros. “Nosso objetivo é garantir que a empresa inteira pratique a sustentabilidade em todas as suas atividades, desde as ações internas até a entrega do produto final. Além disso, queremos motivar os clientes a participarem do projeto e conscientizá-los sobre a importância do tema”, explica Fernando Moreira, CEO da HSBC Seguros.

Chubb patrocina 8ª edição Invitational Golf Cup



A Chubb Seguros do Brasil, em parceria com a Lockton Brasil Corretora de Seguros, foi uma das patrocinadoras da 8ª edição do Invitational Golf Cup. O evento, patrocinado pela companhia pela terceira vez consecutiva, aconteceu em 4 de junho, em Itu. O objetivo do encontro foi coletar fun-

dos que serão destinados ao Programa Atenção Integral, projeto de combate ao câncer infanto-juvenil do Instituto Ronald McDonald.

“Faz parte da filosofia da Chubb apoiar entidades que tenham como missão proporcionar melhores condições para a sociedade. Por isso, é uma alegria e uma honra patrocinar esse evento, que tem feito um trabalho tão célebre em benefício das crianças e adolescentes com câncer”, afirmou Acacio Queiroz, presidente & CEO da Chubb.

O torneio Invitational Golf Cup é uma das principais fontes de arrecadação de recursos para os projetos apoiados pelo Instituto Ronald McDonald. A organização atua para propiciar maiores chances de cura e qualidade de

vida a crianças e adolescentes com câncer de todo o Brasil.

A Chubb estimula seus profissionais a realizarem trabalhos voluntários, promoverem arrecadações de doativos e colaborarem com organizações que atendam idosos, adolescentes e crianças portadoras de deficiência. A seguradora investe, também, em ações culturais e em iniciativas voltadas ao atendimento da população mais carente. Entre elas está o apoio a entidades educacionais e sociais como a Associação de Apoio à Criança Deficiente (AACD), Casa de Amparo Infantil (Carol), a Escola Hugo Carotini, a Casa do Zezinho, o Instituto Pró Vida São Sebastião e o FUMCAD (Fundo Municipal dos Direitos da Criança e do Adolescente), entre outras.

1

Um conselho:
Treinar ao lado
de um dos maiores
times do mundo é uma
experiência inesquecível.

Acampamento de Futebol Allianz.

A Allianz vai levar 4 jovens entre 14 e 16 anos para a Alemanha para treinar com os técnicos do Bayern de Munique. Além disso, eles irão assistir a uma partida no Allianz Arena e fazer novos amigos de todos os lugares do mundo.

Aproveite esta oportunidade para entrar em contato com seus clientes e divulgar o concurso. Incentive também a participação de familiares e amigos. O prazo para inscrição vai até o dia 8/7/2011.

football-for-life.com

Com você de A a Z

Allianz 

2ª Edição do Zurich Corporate Conference promove debate sobre o mercado segurador brasileiro

A Zurich, multinacional de origem suíça e presente em mais de 170 países, promoveu nos dias 13 e 14 de junho uma conferência internacional no Brasil, o Zurich Conference 2011. O encontro já está em sua 2ª edição e foi realizado no Sofitel Jequitimar Guarujá e teve por objetivo focar as tendências e oportunidades do mercado segurador brasileiro, principalmente no segmento de grandes riscos. Os temas discutidos abrangeram aspectos

macroeconômicos, gestão de risco, novas coberturas, sinistros, serviços e resseguros. Para debater esses temas, a companhia trouxe palestrantes dos Estados Unidos, Suíça e Argentina, além de representantes da RC Consultores e do laboratório farmacêutico Cristália. Para o Vice-presidente de Seguros Gerais da Zurich, Werner Stettler, “apesar das críticas em relação à velocidade, as obras de construção civil seguem de vento em popa no

Brasil.

Com a aproximação da Copa 2014, as Olimpíadas 2016 e o início da extração do petróleo do Pré-sal, mais e mais obras, diretas ou indiretamente ligadas, chegam a fase de execução, o que demanda a proteção dos seguros. Neste ano, queremos debater com os agentes de mercado as melhores soluções e práticas para este setor, com especial destaque para o relacionamento com os clientes”.

Vila Velha Seguros investe R\$ 1,4 milhão em sistemas tecnológicos

A Vila Velha Seguros, uma das maiores corretoras do país na área de seguros, anunciou seu investimento de R\$ 1,4 milhão em sistemas tecnológicos para aperfeiçoar e agilizar o atendimento ao cliente e a comercialização de produtos e serviços

O sistema operacional da Vila Velha foi totalmente automatizado com o objetivo de melhorar a qualidade dos

serviços prestados. A empresa também implementou um sistema de auditoria que grava todas as ligações na base de dados, recurso que auxilia a reunião do histórico do cliente em um único local. Atualmente 90% dos processos de atendimento da empresa estão mapeados e conseguem detectar eventuais falhas no processo de contratação do seguro. Dessa forma, a Vila

Velha consegue realizar as melhorias necessárias para o atendimento. “O nosso objetivo é aperfeiçoar o atendimento e o relacionamento com o cliente, e a utilização de novas tecnologias visa justamente tornar a aquisição de um seguro uma experiência rápida e tranquila”, afirma Marco Antonio Gonzaga, diretor de marketing da Vila Velha Seguros.

Clube dos Corretores de Seguros de São Paulo promove almoço com Presidente da SulAmérica

O Clube dos Corretores de Seguros de São Paulo (CCS-SP), cujo mentor é Nilson Arelló, realizou um almoço, no dia 7 de junho, com a presença do atual Presidente da SulAmérica, Thomaz Cabral de Menezes. O encontro, que aconteceu no Restaurante do Circolo Italiano, teve por objetivo demonstrar a importância que a companhia atribui aos corretores de seguros.

“O papel dos corretores de seguros no desenvolvimento da nossa empresa é fundamental. Com certeza, a SulAmérica



Thomaz Cabral de Menezes, durante palestra

é uma das seguradoras que tem a maior campanha, em termos de volume financeiro, de incentivo aos corretores”, comentou o Presidente da seguradora.

“Os corretores de seguros são o nosso principal parceiro comercial e é importante que eles conheçam a companhia, saibam os resultados que nos ajudaram a conquistar e as ações nas quais estamos trabalhando no momento para mantermos nosso ritmo de crescimento”, complementou.

Leve o dinheiro do seu cliente para o lugar certo. Porto Seguro Consórcio. O investimento inteligente.



O Consórcio de Imóvel Porto Seguro é uma ótima opção para você que quer ampliar sua carteira de produtos, ou para quem já trabalha no segmento e deseja vender mais. É um produto com alto grau de aceitação, autorizado e regulado pelo Banco Central, e que oferece inúmeras vantagens.

- Seu cliente pode usar o FGTS¹ para quitar o consórcio, ofertar lances, abater as parcelas ou complementar a carta de crédito;
- Até 30% do valor do crédito pode ser usado como lance;
- Na hora da compra, a negociação é melhor porque o pagamento é à vista;
- O consórcio não tem juros;
- Você tem à disposição consultores para auxiliá-lo no mapeamento da região de trabalho, prospecção de novos clientes e informações técnicas do produto;
- Oferece também uma ótima rentabilidade para você, corretor.

| Crédito | Parcela ² |
|-------------|----------------------|
| R\$ 50.000 | R\$ 347,56 |
| R\$ 100.000 | R\$ 695,12 |
| R\$ 200.000 | R\$ 1.355,05 |
| R\$ 400.000 | R\$ 2.710,09 |

1 - Em conformidade com as normas do FGTS. 2 - Taxa de administração de 1% antecipado no ato da venda mais 1% dividido nas 3 primeiras parcelas. Correção anual de acordo com o INCC. Consulte-nos sobre créditos acima de R\$ 400 mil. Parcelas incluem seguro de vida. Porto Seguro Administradora de Consórcio Ltda. CNPJ 48.041.735/0001-90 - Ouvidoria: 0800 727 1194. Condições válidas para os estados de SP, RJ, MG, PR, DF, GO, MT, CE, BA e ES.

Conheça também o Consórcio de Automóvel Porto Seguro.

Consulte o seu gerente comercial ou ligue:

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

Se precisar, acesse o chat do consórcio no Corretor On-line ou envie e-mail para corretores.consorcio@portoseguro.com.br.



**PORTO
SEGURO** 

CONSÓRCIO

Mapfre divulga Relatório de Sustentabilidade 2010

A Mapfre apresentou ao mercado a edição 2010 do seu Relatório de Sustentabilidade, estudo que traz os resultados operacionais/financeiros, sociais e ambientais das operações mantidas no Brasil.

A companhia evoluiu na publicação de seus indicadores socioambientais, conquistando, nesta edição, o nível A+ de aplicação dos critérios da GRI (Global Reporting Initiative).

A participação dos colaboradores também foi fundamental para a construção do documento. “O desenvolvimento sustentável não é apenas um modismo, mas um importante desafio global para empresas, governos e sociedade. O sucesso das organizações depende hoje de uma nova forma de pensar e de gerir o negócio, uma vez



que os resultados econômicos estão

cada vez mais atrelados aos impactos ambientais e sociais causados por suas decisões e ações”, destaca Marcos Eduardo Ferreira, Diretor-Presidente da Mapfre Seguros.

O Relatório de Sustentabilidade 2010 também traz detalhes sobre o principal acontecimento do ano para a companhia - o acordo de parceria firmado com o Banco do Brasil para a comercialização de produtos de seguros nos segmentos de pessoas e ramos elementares. “Com essa operação, ampliamos nossa capilaridade, garantindo ao mesmo tempo a complementaridade de canais, que será potencializada com estruturas de distribuição independentes e atuação especializada”, enfatiza Wilson Toneto, presidente da Mapfre no Brasil.

QIBras realiza ‘Conferência Internacional em Qualidade de Informação’



A QIBras promoveu um evento sobre qualidade de informação, reunindo executivos nacionais e internacionais. O encontro, organizado pela ClienteSA, teve por objetivo debater sobre a cultura da atividade, com foco em

aplicações das estratégias, metodologias e técnicas utilizadas pelo setor. O impacto da Qualidade de Informação sobre uma empresa é considerado alto ou muito alto pela maioria dos executivos. Essa foi uma das conclu-

sões da pesquisa realizada pela QIBras, intitulada ‘A Qualidade da Informação no Brasil’.

Ainda assim, com relação ao departamento responsável pela área nas organizações, a pesquisa mostra que, na maior parte dos casos, a qualidade da informação é tratada pela área de TI em 30% das situações e o mesmo índice é verificado na categoria ‘não existe pessoal definido’.

“Este é um dos grandes equívocos das organizações. A qualidade de dados precisa estar ligada ao business e não a uma área específica”, explica Frank Block, consultor de qualidade da informação do Banco UBS/Suíça.



TOKIO MARINE AUTO

**Mais completo
entre os melhores.**

Quem já conhece o **TOKIO MARINE AUTO**, sabe que este produto possui as mais completas coberturas e serviços do mercado:

- Isenção de franquia quando Segurado não for o culpado pelo sinistro
- Indenização pelo valor de veículo 0km por 180 dias sem custo adicional
- Opções de Assistência 24H (completa ou VIP)
- Opções para aumentar a km no serviço de reboque
- Carro reserva para todos os sinistros indenizáveis
- Carro reserva quando o Segurado é terceiro em outra seguradora
- Cobertura de despesa extraordinária com desconto de 30% na franquia

TOKIO MARINE AUTO CLÁSSICO

**Melhor
entre os iguais.**

A nova opção de produto traz o essencial de um bom seguro com a mesma qualidade e confiança que a **TOKIO MARINE** sempre oferece:

- Indenização pelo valor de veículo 0km por 90 dias sem custo adicional
- Opções de Assistência 24H (completa ou VIP)
- Opções para aumentar a km no serviço de reboque
- Carro reserva 7 dias utilizando oficina referenciada nos sinistros de perda parcial
- Cobertura de despesa extraordinária



Para mais informações, procure seu Gerente Comercial ou Assessoria que o atende. Se preferir acesse o nosso site:

www.tokiomarine.com.br

Opção para seus Clientes, oportunidades para você.
Tokio Marine Auto e Tokio Marine Auto Clássico.

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

Veganet alcança faturamento de 73% em 2010

A companhia, que está desde 1999 no mercado de BPO (Business Process Outsourcing), conta com uma receita de R\$ 47 milhões e planeja estratégias que auxiliem na expansão em 2011

Representantes da Veganet, empresa fundada há cerca de 12 anos e única especializada em BPO para a Indústria de Seguros e Mercado Financeiro, ofereceram palestra sobre o desenvolvimento da área em que atuam e anunciaram um crescimento de 73%. O grande avanço da empresa é reflexo do modelo de negócios da Veganet, que preza por operações exclusivas, personalizadas e separadas de acordo com o cliente. Paralelamente a isso, a companhia conta uma equipe de mais de 1.600 funcionários. Somente em 2010, a grade de colaboradores cresceu 32% em relação ao ano anterior. “Com o desenho enxuto de nossa estrutura, conseguimos promover uma proximidade maior entre os gestores e suas equipes. Este modelo traz benefícios diretos, pois transforma um colaborador em um criador de soluções e permite, ainda, maior eficiência no processo interno de comunicação”, afirma Jorge Abel Peres Brazil, Presidente e CEO da Veganet. Para Marcelo Morilla, Diretor de TI,

Infraestrutura e Relacionamento da Veganet, os bons resultados se justificam também pelos investimentos realizados pela empresa. Entre os anos de 2009 e 2010, foram mais de R\$ 7 milhões destinados a móveis, equipamentos, hardwares e softwares. “Estes investimentos foram planejados a longo prazo e serão fundamentais para apoiar o crescimento que desejamos para 2011”, reforça Morilla. Segundo dados fornecidos pela Veganet, BPO é um processo de terceirização de atividades que permite às empresas manter um nível de qualidade de seus serviços e alta competitividade perante o mercado. O sistema pode se dar por atividades específicas da companhia ou por um processo integral de terceirização (operação e tecnologia), conforme a opção estratégica que a empresa definir. “BPO é uma terceirização de processos que envolve tecnologia, melhoria da qualidade dos serviços, maior competitividade perante o mercado e uma significativa redução dos custos”, completa Jorge Abel.

“As razões que motivam as empresas a usarem BPO variam ao longo dos anos. Em 1990, muitas optaram pelos callcenter. A partir dos anos 2000, as companhias buscavam competitividade, redução de custos e começaram a fazer investimentos e tecnologia. Já a partir de 2015, a expectativa é que as seguradoras busquem redução de taxas de juros, melhoria nos indicadores de resultados e a terceirização de processos passará a ser condição de sobrevivência”, reflete o Presidente da Veganet. No mercado de seguros, são vários os processos que podem ser terceirizados, como cálculo e cotação de novos seguros, análise de aceitação e emissão, impressão, envelopamento e postagem de documentos, atendimento a clientes e corretores, atendimento de sinistros, acionamento/recebimento e análise de vistoria de sinistros, recepção de documentos para montagem do processo de sinistros, pré-análise de sinistro, indicação de fraude à sindicância, endosso, retenção de clientes e renovação de apólices.

Rádio Imprensa FM 102,5

**A Grande Jornada pelo
Mundo dos Seguros**

Às segundas-feiras, das 7 às 8 horas

**Apresentação:
Pedro Barbato Filho**



Não dá pra imaginar
esse **Céu** sem **Estrelas**...

Não dá pra imaginar essas
Florestas sem **Árvores**...

Não dá pra imaginar
esse **Mar** sem **Ondas**...

Não dá pra imaginar
essa **Tranquilidade**
sem **Seguro**...

E não dá pra imaginar nenhum **Seguro** sem **Corretor**.



A Chubb, uma das maiores seguradoras do mundo e a mais antiga em operação no Brasil, mantém a sua atuação estratégica baseada na parceria com mais de 10 mil corretores em todo o país, construindo um relacionamento sólido e exclusivo com esses profissionais.



NOSSA FUSÃO É COM O CORRETOR

HSBC mostra resultados do estudo ‘O Futuro da Aposentadoria – O Valor do Planejamento’

Um dos principais resultados da pesquisa aponta que cerca de 50% dos entrevistados não se sentem preparados para a aposentadoria



Fernando Moreira durante a apresentação do estudo

No final do mês de maio, o HSBC Seguros ofereceu uma palestra, ministrada pelo seu CEO Fernando Moreira, que teve por objetivo apresentar os resultados da pesquisa O Futuro da Aposentadoria – O Valor do Planejamento. O estudo mostrou que aproximadamente 50% dos entrevistados ainda não se sentem financeiramente preparados para se aposentar e 25% deles não sabe dizer qual será sua principal fonte de renda durante esse período. A pesquisa, que já está em sua 6ª edição, entrevistou mais de 17 mil pessoas de 17 países, entre 30 a 60 anos e das classes A, B e C. Dentre os entrevistados, 1027 são brasileiros e 43% deles afirmam que buscam um aconselhamento financeiro profissional. Entre os pontos fortes do estudo, o executivo aponta que há uma grande

falta de preparo das pessoas com relação ao futuro. No Brasil, isso acontece devido ao baixo nível de compreensão da população em relação a finanças.

“Os resultados desta pesquisa revelam o otimismo dos brasileiros em relação à aposentadoria, mas por ou-

tro lado a falta de planejamento é uma questão que merece mais atenção. Sendo assim, por meio da pesquisa, pretendemos possibilitar uma evolução no comportamento das pessoas”, afirma o CEO da HSBC Seguros, Fernando Moreira.

Principais resultados do Brasil:

- Mais de 25% dos brasileiros consideram a aposentadoria como uma idade de liberdade (29%), satisfação (26%) e sabedoria (26%);
- 53% dos brasileiros esperam ter uma situação melhor que a de seus pais na aposentadoria, enquanto apenas 18% acreditam que estarão em situação pior;
- Mais de 50% das mulheres estão preocupadas com as finanças na aposentadoria, em comparação com 46% dos homens;
- 36% dos brasileiros acreditam que o planejamento financeiro é importante para uma aposentadoria feliz, aliado ao apoio da família e amigos (36%)
- 22% dos entrevistados recorrem a consultores financeiros independentes para aconselhamento e 18% procuram bancos e contadores

CVG-SP promove almoço com Diretoria da Aconsef-SP



Paulo Meinberg recebe homenagem de Paulo Marraccini

O Clube Vida em Grupo de São Paulo (CVG-SP), presidido por Osmar Bertacini, ofereceu um almoço aos membros da diretoria da Aconsef-SP em 18 de maio. Durante o evento, o vice-presidente da Fena-

cor, Robert Bittar, ministrou palestra sobre temas referentes aos produtos VGBL Saúde, VGBL Educação e Microseguro, que aguardam regulamentação do Governo Federal.

“Acompanhamos as discussões referentes ao VGBL’s Saúde e Educação desde o início. Nosso foco é cada vez mais estimular os corretores a atuarem também em seguros de pessoas, inclusive como uma alternativa de diversificação da carteira e ampliação de serviços oferecidos

ao segurados. Prova disso, é que, em breve, teremos novidades nesta área”, afirma o presidente da Aconsef-SP, Luiz Gustavo Miranda de Sousa. Além dos membros da diretoria da Aconsef-SP, também estiveram presentes no encontro os presidentes da Aconsef-RJ, Renato Rocha; Aconsef-PR, Marcelo Pasini; Aconsef-RS, Celso Azevedo; o vice-presidente do Sincor-SP, Leoncio de Arruda; o mentor do Clube dos Corretores de SP, Nilson Arelló; o presidente da Camaracor-SP, Pedro Barbato Filho; o presidente da APTS, Luiz López Vázquez; e o presidente da Acoplan, Ariovaldo Bracco de Lima.

Parceria Sistran e Execplan inova e lança produto de Gestão Tática e Estratégica para Companhias

Após vários cases de sucesso, e reafirmando a parceria existente há três anos, a Sistran e a Execplan lançaram na última semana a segunda geração da mais moderna solução para gerenciamento de companhias de seguros, uma poderosa ferramenta de CPM (Corporate Performance Management), Business Intelligence e Balance Score Card, o INTELLIGENCE ENTERPRISE SEGURADORAS, que visa atender ao nível tático e estratégico. A parceria soma os 22 anos de experiência no Brasil em seguros da Sistran com as últimas tecnologias e soluções premiadas pela Microsoft da Execplan, também líder no seu segmento de sistemas gestão executiva. O produto abrange todos os indicadores chaves de desempenho do mercado segurador, permitindo ao

executivo agir rapidamente sobre os pontos mais relevantes, diminuindo custos, aproveitando oportunidades de negócios, realinhando estratégias em andamento e por fim, maximizando resultados. Nesta segunda versão, além de aprimoramentos quanto a



Convidados testam sistema em Ipad

própria ferramenta de gestão de negócios da seguradora, a fim de otimizar e agilizar o processo decisório dos executivos, foram também incorporadas todas as facilidades para o gestor ter na ponta dos dedos, via IPAD, todas

as informações sobre os fatores críticos de sucesso do seu negócio.

Simulações e projeções são feitas instantaneamente, no micro ou Ipad, possibilitando entender os reflexos sobre o resultado final da operação. As análises mais rotineiras ou cenários preferidos podem, além de ser gravadas, ser enviadas por via e-mail, blackberry, IPAD, Iphone, SMS, etc. Outra grande novidade é o “mining” que, usando conceitos de inteligência artificial, procura a cada carga de dados do sistema, todos os fatores críticos de sucesso que não estão em conformidade com os objetivos estabelecidos (por cada usuário ou pela empresa) e facilitando desta forma ao executivo a análise das exceções no “timing” necessário ao negócio dinâmico do mercado segurador.

Camaracor-SP recebe executivos da SulAmérica



Matias Ávila durante sua apresentação

A Câmara dos Corretores de Seguros do Estado de São

Paulo, presidida por Pedro Barbato Filho, promoveu a 5ª Edição da Tribuna Livre e recebeu o Vice-Presidente Comercial da SulAmérica Seguros, Matias Ávila, além de outros executivos da companhia. O objetivo do evento foi apresentar algumas ações desenvolvidas pela seguradora para corretores e assessorias em seguros.

Ao iniciar sua apresentação, Matias Ávila comentou que hoje cerca de 50% dos produtos de saúde para PME's da companhia são distribuídos por meio de corretores não especializados no segmento.

Ao que Luis Gustavo Miranda de Sousa, presidente da Aconsef-SP, co-

mentou: “A abertura na área de saúde é algo que enxergamos como oportunidade de negócios. Iremos estimular a venda desta modalidade junto aos nossos corretores parceiros”.

De acordo com Matias Ávila, a SulAmérica vive um momento ímpar: “Temos 115 anos de existência, contamos com cerca de 25 mil corretores ativos e somos uma das 15 maiores seguradoras”, acentuou.

Além dos membros da diretoria da Aconsef-SP, também estiveram presentes ao evento Nilson Arellano, mentor do Clube dos Corretores de São Paulo, e o presidente do CVG-SP, Osmar Bertacini.

Zurich promove encontro com CEO Global

Em maio, a Zurich Seguros realizou um encontro com seu CEO Global, Martin Senn.

Durante sua apresentação, o executivo disse estar contente em visitar o Brasil e que é importante esse tipo de encontro para conhecer as necessidades das pessoas de diferentes países.

“Muitas pessoas me perguntaram como me sinto. Me sinto imensamente feliz por estar aqui. Tenho visitado muitos países e essa é minha primeira vez aqui. Apesar de não conhecer muito o Brasil, já pude notar a beleza do país e as pessoas, que são maravilhosas. Vivemos um momento importante, com o crescimento da economia. Devemos aproveitar a oportunidade para ajudar nossos clientes e entender os riscos que eles enfrentam. Estamos comemorando 28 anos de existência e buscamos servir a sociedade como um todo, não apenas os parceiros”,



comentou Martin Senn.

Richard Vinhosa, Diretor Presidente de Vida e Previdência, destacou: “Nosso objetivo nesse evento é aproveitar a presença de nosso CEO mundial e chamar nossos parceiros de trabalho para que eles vejam o comprometimento da Zurich com o Brasil.

Temos investido muito nos últimos tempos e iremos continuar investindo. Nosso grande objetivo é ser a maior

empresa de seguros do Brasil e do mundo”.

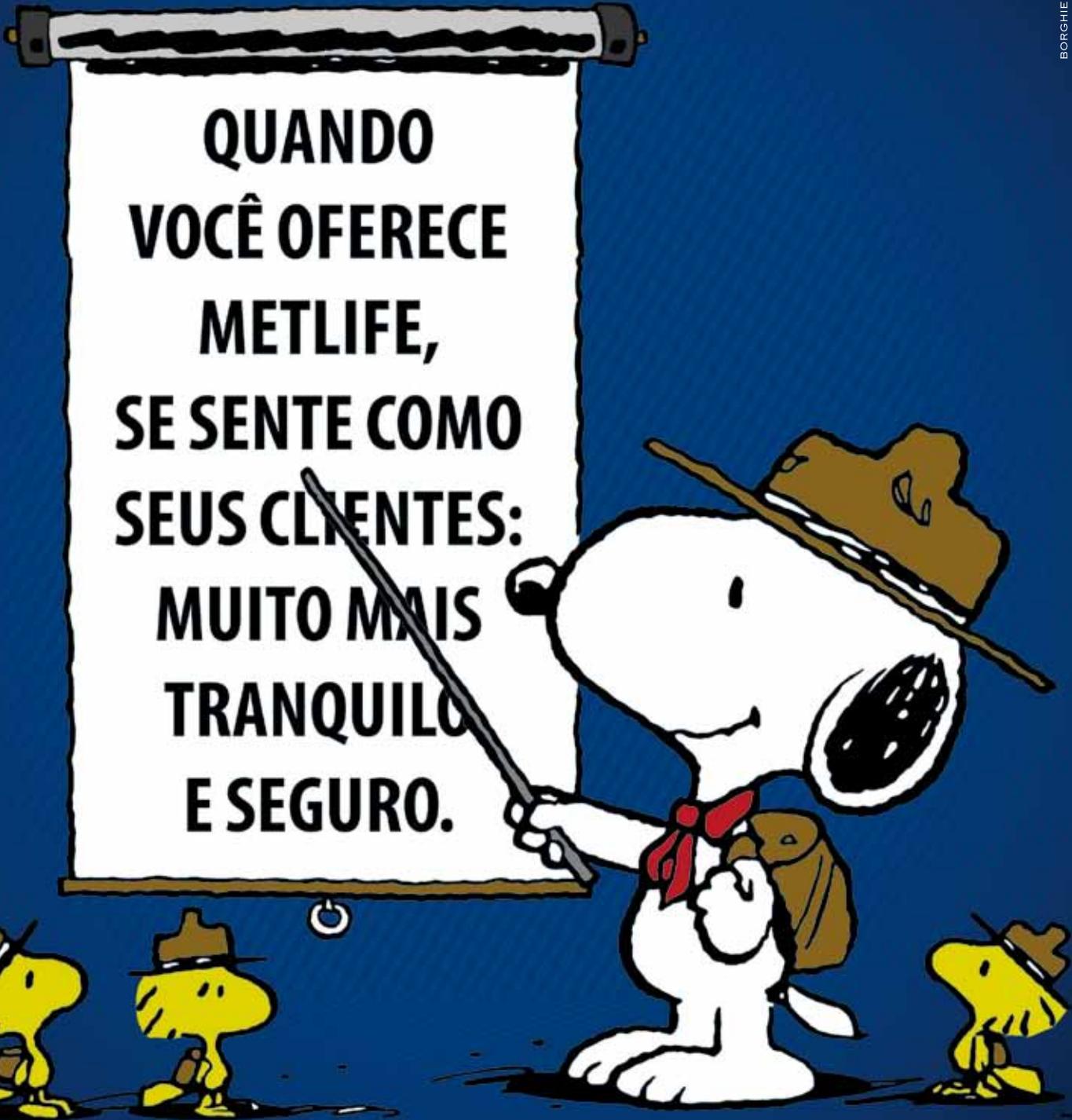
Para o corretor Flávio Enfante, o evento é mais uma oportunidade de fortalecer a parceria entre corretores e a companhia seguradora.

“Já somos parceiros da Zurich há alguns anos.

Com o crescimento da companhia, principalmente no setor de pessoas, vida e acidentes pessoais, buscamos fortalecer nossa parceria e alcançar novas oportunidades”, afirmou.

José Roberto Conduta, presidente da Harmonia Corretora, a decisão da Zurich de aumentar o investimento e considerar o Brasil como um país prioritário é significativa.

“A Zurich tem uma especialidade muito forte na área de engenharia e o Brasil terá uma quantidade muito grande de projetos de grande porte. Os grandes projetos irão colaborar para intensificar a presença do Grupo aqui”.



QUANDO
VOCÊ OFERECE
METLIFE,
SE SENTE COMO
SEUS CLIENTES:
MUITO MAIS
TRANQUILO
E SEGURO.

A MetLife já conquistou mais de 5 milhões de clientes. E quando você oferece os mais completos planos odontológicos, planos de previdência e seguros de vida para seus clientes, divide com a gente este enorme sucesso. Isso porque eles se sentem mais tranquilos, seguros e, claro, ficam muito satisfeitos com o seu trabalho.

— VIDA — PREVIDÊNCIA — DENTAL —

3003 Life
3003 5433 (capitais e grandes centros)

0800 MetLife
0800 638 5433 (demais localidades)

MetLife[®]

Acacio Queiroz ministra palestra no Rotary Clube de São Paulo

A convite do Rotary Clube de São Paulo (RCSP), Acácio Queiroz ministrou palestra no último encontro dos membros da instituição. Formado em Economia e atual Presidente e CEO da seguradora Chubb do Brasil, o orador iniciou sua apresentação mostrando as diversas gerações identificadas pela atual classificação sociológica. São elas: a tradicional, que corresponde às pessoas nascidas até 1945; a dos baby boomers, dos nascidos a partir de 1945; a denominada geração X, dos nascidos até 1977; a geração Y, que define os nascidos até 1983; e finalmente a geração Z, que classifica aqueles que nasceram na segunda metade dos anos 1990.

Para o palestrante, é natural que haja conflitos entre as pessoas de diferentes gerações, entretanto, a melhor forma de resolvê-los é através do respeito entre as partes. “Para apaziguar os conflitos entre pessoas de diferentes gerações, o ideal é ouvir todas as partes e depois opinar, mostrando a cada um dos envolvidos quem está certo e quem está errado. Antigamente, era o tal do ‘manda quem pode e obedece quem tem juízo’. Hoje, devemos dialogar com as pessoas”, explica Acacio Queiroz.

De acordo com ele, a geração Y caracteriza-se pelo grande acesso aos diferentes tipos de veículos de comunicação. “Eles seguem a linha ‘I love my self’, ou seja, eles se adoram e acreditam que são pessoas super inteligentes. E realmente são, mas, apesar de toda informação que dispõem, ainda não possuem a experiência dos mais velhos. Hoje, 80% das informações colhidas pela geração Y é retirada da televisão e internet.

Segundo Acacio, muitos conflitos acontecem pela falta de respeito e compreensão entre as pessoas



Acacio Queiroz durante palestra no Rotary Clube de São Paulo

Difícilmente utilizam jornais e rádio como meios. Como é extremamente bem informada, às vezes, despreza o conhecimento daqueles que estão nas outras gerações, como a X e a dos baby boomer’s”, acrescenta.

Segundo Queiroz, muitos conflitos acontecem pela falta de respeito e compreensão entre as pessoas. Além disso, são vários os mitos que rodeiam a geração Y. “A realidade demonstra que a geração X não tem paciência com a Y. Muitas vezes, a X acredita que os mais jovens não se consolidam em empresa nenhuma, permanecendo pouco tempo em cada uma que trabalha. Isso não é verdade. Quero essa geração longe da minha empresa? Jamais. Percebemos que existem várias formas de atrair esse pessoal, oferecendo plano de carreira, além de equipamentos bons e eficientes que os

incentive a executar suas tarefas”.

Ao finalizar sua apresentação, o Presidente da Chubb Seguros afirmou que qualquer questão de liderança e conflitos de gerações devem ser embasados no equilíbrio emocional, independentemente da posição hierárquica que o indivíduo se encontre. “A base de tudo é a família, que nos dá o equilíbrio emocional suficiente para que consigamos lidar com os diversos conflitos. A inteligência emocional é o que nos diferencia das outras pessoas, seja qual for a situação em discussão. Na nossa geração, havia tempo para estudar, trabalhar e descansar. Hoje, os jovens fazem tudo ao mesmo tempo. Eles já têm outra forma de ser. Precisamos aprender a lidar com as diferentes pessoas, independentemente do credo, raça ou geração a qual pertencem”, concluiu Acacio Queiroz.



Vale a pena um cuidado a mais.

REEMBOLSO EM 24 HORAS.*

Com Omint seus clientes têm reembolso de despesas realizado direto na conta-corrente, com rapidez e sem burocracia. Para eles aproveitarem o tempo com o que realmente importa.

*Prazos de reembolso válidos para consultas e exames simples nos planos médicos Omint.

NOSSO MAIOR
PRESTÍGIO
É CUIDAR DE VOCÊ.



www.omint.com.br

0800 726 4000

ou (11) 4004-4011

Tempo Assist: Pronta para crescer

Com a chegada do novo CEO, a TEMPO ASSIST quer se consolidar entre os principais prestadores de serviços dos mercados de saúde e seguros no país.

Presente no mercado desde 2007 e com mais de 50 mil prestadores, a Tempo Assist é hoje uma das principais companhias do País na prestação de seguro saúde, soluções em saúde, planos odontológicos, home care e assistências especializadas.

Depois de passar por um profundo processo de otimização operacional ao longo de 2009 e 2010, a companhia inicia uma nova fase de expansão, concentrada no crescimento orgânico de suas operações.

A chegada do novo CEO, Marcos Aurélio Couto, foi anunciada em abril. O executivo possui vasta experiência no setor de seguros, com passagem pelas empresas Concordia (Mitsui Sumitomo Seguros), BBM – Cia. de Seguros da Bahia, CIGNA Group Insurance e ACE Seguradora. “O principal desafio nesta nova empreitada é consolidar a Tempo Assist como uma das empresas de maior crescimento nos mercados em que atua e quanto a isto estou muito confiante”, diz Couto.



Marcos Couto: Novo CEO da Tempo Assist

Produtos:

Saúde Express: para grupos de 10 a 29 vidas, o produto é destinado às micro e pequenas empresas e, dependendo da análise de cada grupo, as carências podem ser reduzidas parcial ou totalmente. Este produto conta, ainda, com a apuração de resultados pela experiência das apólices em conjunto.

Saúde Flex: ideal para grupos de 30 a 200 vidas, é totalmente isento de carências e permite a flexibilidade para contratação de coberturas opcionais (por exemplo, seções extra de psicoterapia, fonoaudiologia, en-

tre outras). O produto também pode ser contratado com a opção de co-participação e conta com a apuração de resultados pela experiência das apólices em conjunto.

Saúde Empresarial: destinado a empresas com mais de 201 vidas, oferece a contratação de coberturas opcionais e é flexível na formatação do grupo segurável. A apuração dos resultados da apólice ocorre anualmente e de forma individualizada. O produto pode ser contratado com a opção de co-participação e também oferece várias opções de personalização, como a defi-

nição de valores para reembolso, por exemplo.

Empresarial pós-pagamento: formatado para atender grupos com necessidades específicas, a partir de 1.500 vidas, oferece às empresas total flexibilidade e controle sobre seus planos de saúde, possibilitando redução nos custos assistenciais de até 30% e planos customizados. Tem as mesmas características do plano Saúde Empresarial, mas com pós-pagamento, ou seja, a empresa investe apenas em um fee mensal e nos serviços utilizados pelos seus colaboradores.



Teresa Gama (Rodobens TGA Seguros), Marcos Couto (Tempo Assist), Marcello Avena (Tempo Saúde) e Carmen Wilmers – (Rodobens TGA Seguros) durante evento com corretores.

As expectativas são muito positivas e os resultados já começam a aparecer. Nos primeiros três meses do ano a companhia registrou crescimento de sua receita líquida de 24,7% em relação ao primeiro trimestre de 2010. O resultado foi impulsionado pela consolidação da Tempo Saúde Seguradora e pelo segmento de assistências. O aquecimento da indústria de seguros como um todo também contribuiu para essa expansão.

“Em 2011 queremos crescer ainda mais. Nosso objetivo é estar entre as três empresas de seguro saúde mais lembradas pelos corretores e clientes”, diz o executivo.

Abrangência Nacional

A companhia surgiu em 2007 após a fusão entre a USS, empresa especializada na área de assistências 24 horas, e a IHH (Integrated Health Holdings Inc.), holding que controlava as empresas Gama Saúde, Gama Odonto, CRC e ConnectMed. Durante os últimos quatro anos, a empresa teve forte crescimento orgânico e fez diversas aquisições. “Atualmente oferecemos um leque completo de serviços nos

segmentos de Saúde, Odontologia e Assistência 24 horas”, completa Couto. A empresa tem aproximadamente 50 mil prestadores de serviços em suas unidades de negócios espalhadas por todas as regiões do país.

Seguro Saúde

A Tempo Saúde Seguradora conta com um portfólio completo de soluções em seguro saúde para empresas que valorizam seus funcionários com benefícios diferenciados. Com produtos destinados desde pequenas empresas, com grupos a partir de 10 vidas, até grandes corporações, a Tempo Saúde Seguradora oferece todas as soluções que os gestores de RH das empresas esperam da sua operadora de saúde.

Por ser uma seguradora especializada em saúde, a Tempo Saúde Seguradora garante todas as coberturas, reservas e qualidade que uma seguradora oferece, aliada ao grande know how de back office em saúde do Grupo Tempo Assist.

Soluções em Saúde

A Tempo Assist, com sua marca

Tempo CRC, possui o mais amplo portfólio de serviços e processos do mercado de saúde suplementar, líder em terceirização na área de saúde no Brasil, com mais de 1,5 milhão de beneficiários em sua carteira de clientes.

Atendendo auto-gestões, medicinas de grupo, seguradoras de saúde e demais empresas do mercado de saúde suplementar, a Tempo CRC oferece soluções customizadas para o mercado, desde a escolha de serviços pontuais por meio de ferramentas e processos específicos, até a completa terceirização de todas as atividades inerentes à gestão de um plano de saúde, envolvendo, entre outros, cadastros, gestão de rede credenciada, logística, centrais de atendimento e regulação médica, hospedagem de sistema e processamento de contas, conectividade, relacionamento com a ANS e assessoria continuada.

Desta forma, auxilia grandes empresas no gerenciamento das rotinas de administração do plano de saúde, garantindo um sistema de informações e de gestão compartilhada completo e transparente.

Home care

Especializada em home care, a Med-Lar oferece serviços de internação e assistência domiciliar, na qual o paciente é atendido em sua residência e recebe todo o tratamento necessário, como fonoaudiologia, fisioterapia e oxigenoterapia, além de apoio e gerenciamento médico no caso de doenças instaladas. Líder em seu segmento, a Med-Lar possui 32% de participação de mercado.

Planos Odontológicos

A unidade de Planos Odontológicos da Tempo Assist, Tempo Dental, possui uma ampla rede de dentistas e prestadores de serviço credenciados em todo o país, com planos voltados

ao mercado empresarial e também às pessoas físicas, via canal afinidades. Operados pela bandeira Odonto Empresas, os serviços são:

- **PME** – Destinado a micro e pequenas empresas, com quatro a 29 vidas, o produto possui a carência mínima exigida pela ANS, que pode ser reduzida parcial ou totalmente, conforme análise do grupo. A apuração da sinistralidade é feita por apólice. Pode ser contratado nas modalidades de Livre Adesão e Compulsório.

- **PME** – Ideal para pequenas e médias empresas, com 30 a 99 vidas, o produto não possui carência nos primeiros 30 dias após a adesão do funcionário e com possibilidade de redução parcial ou total da carência para os que aderirem após esse período, sob análise da carteira. A apuração da sinistralidade é feita por apólice. Pode ser contratado nas modalidades de Livre Adesão e Compulsório.

- **Empresarial Pré Pagamento** – Formatado para empresas a partir de 100 vidas, o produto não possui carência nos primeiros 30 dias após a adesão do funcionário e com possibilidade de redução parcial ou total da carência para os que aderirem após esse período, sob análise da carteira. Possibilita a contratação de co-participação e a apuração da sinistralidade é feita por apólice. Pode ser contratado nas modalidades de Livre Adesão e Compulsório. Permite a customização de projetos e cotações diferenciadas.



Marcos Couto, Marcello Avena e equipe comercial da Tempo Saúde Seguradora

Assistências Especializadas:

A Tempo Assist oferece Assistências Especializadas 24 horas por meio da Tempo USS. Com mais de 15 anos de experiência, a Tempo USS é parceira das principais seguradoras, montadoras e administradoras de cartões do país e oferece um portfólio amplo de assistências para veículos, residências, viagens, pessoas e outros.

“A Tempo USS é especializada em

solucionar imprevistos do dia a dia. Pode ser um acidente no exterior, uma pane com o carro ou também um problema no computador”, explica Couto.

Canais de Distribuição

A distribuição dos serviços da Tempo USS é feita por meio de venda direta para seguradoras, administradoras de cartões e montadoras, assim como os serviços de back-office e

Os produtos oferecidos pela Tempo USS são:

- **Veículos:** assistência e amparo às pessoas em situações emergenciais que envolvam o veículo cadastrado. Os serviços incluem reboque, envio de táxi e chaveiro, troca de pneus, aluguel de veículo, entre outros.
- **Residência:** destinada a solucionar as emergências dentro de casa, oferece serviços como chaveiro, vigilância, assistência hidráulica e elétrica, vidraceiro, help-desk, pet service, etc.
- **Qualidade de vida e bem-estar:** dentro deste segmento, a Tempo USS oferece assistência escolar (para situações emergenciais ocorridas nas dependências da escola), nutricional (central de atendimento com informações sobre alimentos, qualidade de vida e nutrição), farmácia (medicamentos com desconto e entrega em domicílio), viagem (para proteger as pessoas em situações de emergência quando, como um problema de saúde ou judicial, quando estão em viagem ao exterior) entre outras.



Marcos Couto (Tempo Assist), Marco Aurelio Batista (Keta Corretora de Seguro) Marcello Avena (Tempo Saúde) e Daniel Batista (Keta Corretora de Seguros) durante evento com corretores

A Seguro Total conversou com Marcos Couto, novo CEO da Tempo Assist.

Confira parte da conversa:

Seguro Total – *O senhor acaba de chegar à Tempo Assist, qual é a sua impressão após os primeiros meses na empresa?*

Marcos Couto – *A Tempo Assist é uma empresa com atuação diferenciada em vários segmentos do mercado. Nos últimos anos, a companhia dedicou bastante tempo para estruturar seus processos internos para poder crescer de forma sustentável. Eu chego no momento em que a estrutura já está apta para receber o crescimento com qualidade. Estou muito animado com as perspectivas para 2011 e já iniciamos o planejamento estratégico da companhia para os próximos cinco anos.*

ST – *Como o senhor acredita que a sua experiência irá ajudar o crescimento da Tempo Assist?*

MC – *Tenho mais de 20 anos de experiência no mercado de seguros. Além de conhecer o setor profundamente, tenho bom relaciona-*

mento com seus players e grande experiência no mercado de afinidades. A soma da minha experiência ao conhecimento que a atual diretoria da Tempo Assist e toda a equipe possui é o que fará com que a Companhia cresça e inove nos próximos anos. As pessoas são essenciais para suportar o crescimento planejado e, para isso, continuaremos investindo e trazendo novos talentos para integrar este time.

ST – *E quais são os desafios que a Tempo Assist irá enfrentar nos próximos meses?*

MC – *Uma empresa que atua nos segmentos em que a Tempo Assist está presente tem desafios constantes. Uma pesquisa recente do Datafolha mostra que o plano de saúde é o segundo item mais desejado pelos brasileiros, atrás apenas da casa própria. Por conta dessa grande demanda, vamos nos concentrar bastante no fortale-*

cimento das marcas Tempo Saúde Seguradora e Tempo Dental. Além disso, vamos lançar novos produtos, incrementando o nosso portfólio para atender uma fatia maior desse mercado. Falando em Assistências 24 horas, a Tempo Assist investe continuamente em tecnologia e processos para manter o atendimento de qualidade pelo qual é reconhecida no mercado. Outro desafio importante é a utilização de canais alternativos para a distribuição de nossos produtos, principalmente Planos Odontológicos e Assistências 24 horas. A empresa já atua com o mercado de afinidades e reforçaremos cada vez mais este canal de distribuição, com o desenho de novos “combos” de produtos e novas parcerias que irão alavancar a nossa presença em todo território nacional. E, por fim, temos o grande desafio de implantar o mais novo cliente da Tempo CRC, a Caixa Seguros Saúde.

home care para operadoras de saúde. “No caso da Tempo Saúde Seguradora e da Tempo Dental, o nosso canal de distribuição são os corretores”, reforça Couto.

Para atingir clientes pessoas físicas, a Tempo Assist aposta na distribuição de seus produtos de planos odontológicos e assistências 24 horas pelos canais de afinidades, como empresas de cartões, varejistas, financeiras e concessionárias de serviços públicos. “Com o amplo portfólio de produtos que a Tempo Assist possui, podemos desenhar “combos” de produtos variados atendendo as necessi-



Novo Escritório Comercial da Tempo Saúde Seguradora

dades de vários parceiros do mercado”, ressalta Couto.

Relacionamento com corretores

“Os corretores são peça-chave no bom desempenho das empresas da Tempo Assist por seu forte papel junto aos clientes”, diz Marcos Couto. Para este público específico, a Tempo Saúde Seguradora lançou o programa de relacionamento “O Tempo todo com você”, que já reuniu mais de 260 corretores em almoços e jantares realizados em abril e maio nas cidades de São Paulo, Rio de Janeiro, Salvador e Belo Horizonte.

Os encontros promoveram a nova estratégia comercial da companhia, focada no desenvolvimento de ações inovadoras, que visam a conquista de novos contratos e mercados em 2011.

Outra iniciativa de sucesso foi a campanha “Superprodução Premiada”. Lançada em maio de 2010, a campanha teve como tema o universo do cinema.

Os corretores de todo o país puderam participar das três fases da campanha durante as quais acumularam

bônus e pontos, que podiam ser trocados por prêmios.

Os vencedores de cada fase receberam prêmios como um Blu-Ray Disc Player, um Home Theater 5.1 e uma TV LCD de 42 polegadas. Ao final da campanha, os cinco melhores corretores ganharam uma viagem a Los Angeles e Las Vegas, nos EUA, com direito a acompanhante.

Novo escritório comercial

No início de maio, a Tempo Saúde Seguradora inaugurou um novo escri-

tório comercial na região dos Jardins, em São Paulo.

“As instalações estão disponíveis aos corretores que trabalham com a Tempo Saúde Seguradora para receber clientes e fechar negócios, basta entrar em contato com a equipe comercial e reservar o espaço”, explica Couto.

O moderno escritório conta com toda a infra-estrutura para suporte às reuniões. As operações da companhia continuam concentradas em Barueri, onde ocupa uma área com mais de 1.500



Tempo USS: Assistência Veículos 24 horas

Quando o assunto é seguros, um atendimento rápido e eficaz faz toda diferença

Agora, todo processo de contratação de seguros ficou ainda mais rápido. A Berkley combinou a habilidade em ouvir e buscar soluções com a agilidade e a inovação na condução dos negócios.

O resultado é uma plataforma que permite cadastrar clientes de Seguro Garantia, consultar informações, e ainda permite realizar cálculos de vários produtos da Berkley, para que você, corretor, conheça nossas condições em tempo real!

Acesse e comprove:

www.berkley.com.br



9º Encor reúne várias autoridades do mercado

O 9º Encor, cujo tema foi 'Desafios de Uma Nova Era', aconteceu entre os dias 26 e 27 de maio, em Porto Alegre, e reuniu representantes de várias seguradoras

Entre os dias 26 e 27 de maio, o Sincor-RS promoveu o 9º Encor (Encontro Regional dos Corretores de Seguros do Rio Grande do Sul). O evento, que aconteceu no Hotel Plaza São Rafael, foi palco de encontro de inúmeros corretores, teve por objetivo proporcionar o encontro entre profissionais do mercado de seguros, além de discutir temas atuais. “A economia mundial e o mercado de seguros vivem momentos nunca antes experimentados. Pensamos num encontro que abordasse temas que digam respeito à atualidade. Sabemos há muito tempo que o corretor de seguros gaúcho é exigente e quer qualidade nos eventos”, reflete Celso Marini, Presidente do Sincor-RS.

Ao dar início à cerimônia de abertura, ele alertou aos seguradores a enxergar no evento uma oportunidade de adquirir mais informações sobre seu principal distribuidor, o corretor de seguros. “A atividade de corretor é nobre, pois protege pessoas, preserva patrimônios e garante conquistas”, comentou.

“O corretor tem de agir como empresário para prestar serviço adequado ao seu cliente. O objetivo do evento é manter o compromisso com a categoria, buscando constante diálogo com o mercado para atender as necessidades dos clientes, que estão cada vez mais exigentes”, explicou Marini, reforçando a importância da capacitação e do aperfeiçoamento dos corretores.

Ainda durante a abertura, Celso Marini e o secretário de Estado, Justiça e Direitos Humanos, Fábio Pereira, assinaram um termo de cooperação

e aconselhamento técnico e logístico ao Procon-RS, segundo a Lei 13.651 assinada em janeiro de 2011 pelo governador do Estado do Rio Grande do Sul, Tarso Genro. A legislação garante ao consumidor a possibilidade de contar com a assessoria de um corretor, sendo ele habilitado e registrado, sempre que busque contratar um seguro. Segundo o secretário, “isso é importante para que o consumidor tenha confiança naquilo que adquire”.

Para Walter Polido, os corretores devem assumir papel pró-ativo

Durante a palestra, o especialista em direito de seguro Walter Polido defendeu uma postura pró-ativa dos corretores, seguradoras devem desenhar novos produtos

Ao iniciar sua apresentação, o advogado e consultor Walter Polido afirmou que as seguradoras costumam agir apenas depois que os problemas acontecem, quando deveria ser o contrário. Segundo ele, as companhias

devem ser responsáveis por criar condições que impeçam esses eventos. “Não se pode esperar que o Estado seja o provedor eterno. O mercado tem de fazer algo porque sinistros estão sendo pagos. No exterior, já se questiona se determinado objeto é segurável; e buscam-se alternativas como gerenciamento de riscos. O seguro é somente uma ferramenta dentro da cadeia de gerenciamento de risco”, observou.

Ainda de acordo com ele, os corretores de seguros devem incorporar um papel pró-ativo. Além disso, deve sustentar a função de gerenciador de riscos e aconselhar seus clientes do modo mais transparente possível, sem que recomende contratar seguros em todos os casos. “Corretor precisa ter foco de gerente de risco. Principalmente quando se trata de indústria, precisa ter uma visão global de todos os riscos que o proponente apresentar, dentro da visão de gerenciamento, na qual todos serão transferidos para o



Executivos durante 'Painel das Seguradoras'



Autoridades do setor debatem sobre autorregulação em 'Painel Político'

seguro. Alguns riscos, por exemplo, quando mudada a metodologia de produção, ele pode minimizar ou neutralizar os riscos; em outros, ele poderá orientar a empresa a extingui-lo, por exemplo, repassando para terceiros. É um espectro de atividade muito maior, que as grandes corretoras já tem, então por que não enquadrar o médio e o pequeno dentro de seu contexto”, sugeriu o palestrante.

Com relação a precificação e comissionamento, Walter Polido acredita que isso passará a ser uma referência de valor agregado ao produto. Para ele, o corretor deve procurar ampliar a sua atividade e cobrar por isso junto aos clientes, fidelizando-os. Sendo assim, a melhor forma para atingir esse objetivo é auxiliando as seguradoras a desenhar novos produtos. “Os grandes corretores já fazem isso, até pelo poderio econômico que eles representam. O médio e o pequeno têm mais dificuldades e provavelmente só conseguirão isso através de suas associações e sindicatos. Realmente eles têm que começar a pensar em novas situações de riscos e novos produtos para tentar movimentar as seguradoras para criar novas expectativas, senão eles sempre serão vendedores de produtos preparados por elas, enquanto são eles que vêem a necessidade real e objetiva do consumidor”, reforçou.

Autorregulação é tema de Painel Político

Para os participantes do Painel, a autorregulação irá zelar pelo direito dos consumidores; para Armando Virgílio, a Susep não tem condições de fiscalizar todos os corretores

“O mercado de seguros cresceu de 17% a 18% somente este ano”. Foi com essa informação que o deputado federal e presidente da Fenacor Armando Virgílio dos Santos abriu o Painel Político apresentado no 9º Encor. Além dele, também estive presente a senadora Ana Amélia Lemos, o deputado federal Giovanni Cherini e o Secretário Estadual de Infraestrutura e Logística do Rio Grande do Sul, Beto Albuquerque.

Armando Virgílio comentou também sobre autorregulação. Segundo ele, apenas o ‘corretor malandrão’ não concorda com ela. De acordo com a publicação oficial sobre o tema, “as entidades autorreguladoras terão por objetivo zelar pela observância às normas jurídicas, em especial pelos direitos dos consumidores, e fomentar a elevação de padrões éticos dos membros do mercado de corretagem, bem como as boas práticas de conduta no relacionamento profissional com segurados, corretores e sociedades seguradoras, resseguradoras, de capitalização e entidades abertas de previ-

dência complementar”.

Segundo o Presidente da Federação, “somente malandros e quem não conhece o projeto não concordam com as entidades autorreguladoras. Esse é o melhor caminho para atendermos bem o consumidor”. Ainda na opinião dele, os dirigentes de Sindicatos não poderão integrar as entidades autorreguladoras de corretagem de seguros. “Elas não poderão ser usadas como bandeira política”, advertiu.

Ao finalizar, ele acrescentou: “a Fenacor decidiu viabilizar uma entidade autorreguladora. Ela deve ser autônoma, independente e despolitizada. Somente sendo séria é que conseguirá cumprir esse papel. A Susep jamais teria condições de supervisionar 70 mil corretores em 3 mil municípios”.

“Nenhum segmento sobrevive se não se submeter à autorregulação. Além disso, deve ser fiscalizado para não se comprometer com o mercado”, defendeu Beto Albuquerque. Segundo ele, o segmento de seguros tem sido posto, freqüentemente, em debate devido aos eventos esportivos que estão por vir. “Em paralelo, vivemos um momento ímpar na economia, a classe média está se expandindo e o mundo está passando por diversas catástrofes naturais. Os fatos positivos e os externos geram um momento mundial muito importante para o mercado segurador”.

Na concepção de Albuquerque, a comercialização do seguro também deve ser modificada. “Não podemos achar que a comercialização de seguro deve ser a mesma que era feita no passado. Os clientes estão cada vez mais exigentes e a modernização das práticas se torna cada vez mais imposta”, concluiu.

Ana Amélia Lemos destacou a importância do papel do corretor: “À medida que as demandas surgem, os

produtos também aumentam. Cabe ao corretor mostrar o seguro que mais se adapte ao cliente, além de tranquilizá-lo e tomar as providências. Frequentemente, quando esquecemos o vencimento da apólice é que acontece algum sinistro. Um bom corretor está atento a tudo isso”. E complementou: “Temos que eliminar os maus profissionais que podem contaminar a categoria de vocês”.

Cláudio Saba ministra palestra ‘Abertura do Mercado’

Durante palestra, o Diretor de Riscos Especiais da Marítima Seguros, Cláudio Saba, comenta que, após 69 anos de monopólio do IRB-Brasil, as resseguradoras têm a chance de dividir os riscos entre si e serem mais criativas

A palestra intitulada ‘Abertura do Mercado’ foi ministrada por Cláudio Saba, atual Diretor de Riscos Especiais da Marítima Seguros. Ao falar sobre resseguro e abertura do mercado, o executivo comentou que foram 69 anos de monopólio do IRB-Brasil. “Durante todos esses anos, não tivemos a chance de sermos criativos. Hoje, o mercado é aberto e os riscos, divididos. Até os riscos ruins são divididos, fazendo com que todos nós percamos um pouco”, salientou.

De acordo com o convidado, foram várias as ações do IRB enquanto único ressegurador. São elas: desenvolvimento e capitalização do mercado, retenção de prêmios no Brasil, além de ter sido responsável por todas as seguradoras do país. Todavia, com a abertura do mercado, a companhia se viu obrigada a desenhar um novo programa de resseguro, administrar esse sistema, interagir com mais de uma resseguradora e cumprir os requerimentos legais. “O IRB era o tesouro nacional, não havia dúvidas de que



Cláudio Saba durante palestra ‘Abertura do Mercado’

ele quebraria. Era ele quem definia as taxas e condições; era considerado a solução para tudo”, reforçou Saba.

Com a abertura do mercado de resseguro, explica Cláudio Saba, a concorrência se deu de forma livre, a colocação e aceitação de riscos passou a sofrer restrições, seguradoras e resseguradoras procuram por lucro, surgem novos produtos e criam-se relacionamentos a longo prazo. “O lucro é buscado por todos, o que antes não acontecia. As resseguradoras não buscavam lucrar e sim acumular reservas de dinheiro. A partir da abertura, a situação de modifica e se desfaz a necessidade de haver um intermediário entre as partes envolvidas”.

Saba conta que são vários os fatores que influenciam o custo do resseguro, como as informações que são obtidas, a retenção da companhia de seguros e considerações comerciais. “A lacuna de informações, caso ocorra, é sempre preenchida pelo prêmio, ou seja, se as seguradoras não fornecem os dados necessários, o valor do prêmio sobre aumento”.

O executivo explicou também que para se tornar uma corretora de resseguro, a empresa deve seguir alguns requisitos básicos: precisa ser pessoa

jurídica, um RC profissional de R\$ 10 milhões e contar com um responsável técnico. “Já para as resseguradoras, a regra é clara. Elas na devem explorar qualquer outro ramo de atividade, deve estar por pelo menos há 5 anos em seu país de origem e não pode enviar para o exterior mais de 50% de seu lucro. Seu capital mínimo deve ser de, no mínimo, R\$ 60 milhões. Para ressegurador eventual com sede no exterior, esse número sobe para R\$ 150 milhões”, finaliza.

Executivos oferecem panorama nacional e internacional durante ‘Painel das Seguradoras’

O último painel do 9º Encor recebeu João Francisco B. da Costa, Presidente HDI Seguros; e Ricardo Saad Affonso, Diretor Presidente Bradesco Auto-RE

A última palestra do 9º Encor contou com a presença de Ricardo Pantera, Vice-Presidente Financeiro Sincor-RS; João Francisco B. da Costa, Presidente HDI Seguros; e Ricardo Saad Affonso, Diretor Presidente Bradesco Auto-RE.

João Francisco B. da Costa começou sua apresentação comentando sobre o cenário internacional. Segundo

VESTIBULAR 2011.

UMA CARREIRA.
MUITAS
POSSIBILIDADES.

Analista
Atuarial

Analista
Comercial

Analista
Técnico
de Seguros

ADMINISTRAÇÃO COM LINHA DE FORMAÇÃO EM SEGUROS E PREVIDÊNCIA

Vestibular 2011 - Inscrições abertas. Prova dia 10 de julho.

Com a graduação da Escola Superior Nacional de Seguros, você pode atuar em todas as áreas de administração e ainda abre portas para um dos mercados que mais crescem no País: seguros e previdência. Estude em uma instituição com 40 anos de experiência no mercado e fique preparado para qualquer oportunidade. Porque aqui, elas não param de aparecer.

SP - Av. Paulista, 2.421, 1º andar, Consolação
RJ - Rua Senador Dantas, 74, 2º andar, Centro

0800 025 3322 www.esns.org.br



ESCOLA SUPERIOR
NACIONAL DE SEGUROS

FUNENSEG

ele, o começo do ano caracterizou-se pela grande impressão de dólares, já que os americanos pretendiam a antiga posição de seu PIB. “Eles fizeram uma das maiores emissões de dólares, o que ainda não gerou inflação e alcançou uma retomada considerável. São várias as metas dos EUA, como retomada da atividade econômica e gerar níveis de emprego semelhantes aos da época pré-crise”, explicou.

Com relação à Europa, o Presidente da HDI Seguros mencionou Portugal, socorrido pelo Fundo de Estabilização Financeira Européia. Já o Egito, na sua concepção, foi o catalizador das preocupações: “a crise vivida lá não poder ser analisada apenas pelo âmbito político. Temos que considerar a pressão que a inflação exerce no descontentamento da população”. E completou: “As taxas de juros que equilibram a economia dos países emergentes são diferentes das taxas que equilibram os fluxos de capitais”.

Ao falar sobre a realidade nacional, o executivo acredita que a confiança dos consumidores volta a atingir patamares recordes e dá sustentação ao aumento da demanda. “O crescimento do PIB de 2010 foi o maior dos últimos anos. O mercado de trabalho está com níveis acima dos índices identificados no pré-crise”, frizou.

O Diretor Presidente da Bradesco Auto-RE, Ricardo Saad Affonso, iniciou sua apresentação defendendo que a posição ocupada pelo mercado de seguros ainda é incompatível com a da economia. Mas, ele vê com otimismo o cenário atual: “junto ao ritmo acelerado do setor financeiro, o processo de ascensão social deverá continuar ocorrendo, aumentando, por consequência, o tamanho do mercado consumidor brasileiro”.

Entretanto, Saad afirma que o mercado de consumo mudou profundamente

te e cabe ao mercado de seguros descobrir como absorver essas pessoas. “Os novos consumidores da geração Y estão sempre conectados, procuram informações fáceis e imediatas, vivem em redes de relacionamento e compartilham tudo o que lhes pertence, além de estarem sempre em busca de tecnologia. Conjugados aos impactos da nova demografia brasileira, do bônus demográfico da internet e das mídias sociais, o desafio agora é gerar e levar os mesmos produtos para a nova geração de clientes e segurados”, reforçou.

Bradesco Auto/RE



Ricardo Saad Affonso, Diretor Presidente da Bradesco Auto/RE

“Já participo do Encor há algum tempo e acredito que o evento está adquirindo uma grande importância, principalmente pelo conteúdo que apresenta. As palestras são muito positivas e o interesse dos corretores em ganhar conhecimento e novas informações é cada vez maior. Nosso principal canal de distribuição de seguros são os corretores, portanto, não acredito que as novas tecnologias irão eliminar o papel desempenhado por eles. Com as novas formas de interação, o trabalho dos profissionais será complementado, principalmente no âmbito operacional. Todos querem agilidade e mobilidade nos processos, e isso não quer dizer que iremos aleijar os corretores. Ao contrário, com a internet eles serão incluídos onde não conseguiam chegar”, diz o executivo Ricardo Saad.

Marítima Seguros



Francisco Caiuby Vidigal Filho, Diretor Vice-Presidente Marítima Seguros

“A Marítima, uma companhia totalmente voltada ao corretor, enxerga o Encor como um evento de vital importância, uma vez que nos dá a oportunidade de estar com os profissionais do Rio Grande do Sul. Nosso foco, ao estar aqui, é o relacionamento com os corretores. O corretor de hoje precisa, cada vez mais, estar ligado à tecnologia. Daí a importância das redes sociais e da internet como meios não apenas de contato e comunicação, mas também como forma de fechamento de negócios. Eles devem se adaptar às novas formas de atendimento ao cliente e investir em sua formação para que possa contribuir com o mercado de seguros”, reforça Francisco Filho.

Mapfre Seguradora



Dirceu Tiegs, vice-presidente comercial

“O Encor é o principal evento do Rio Grande do Sul. Atuamos com mais de 1.500 corretores e temos 9 cursais no Estado. É aqui onde encontramos os amigos com apoio do Sincor-RS, nosso grande parceiro. Temos um portfólio com 104 produtos, mas o produto chave desse ano é o fiança

locatícia, também focado em eventos.

Minha mensagem aos corretores de seguros é que eles estudem e conheçam cada vez mais o mercado, que está crescendo acima da realidade brasileira. Nos últimos 10 anos, vimos um avanço de cerca de 10%, com muitas empresas chegando ao Brasil. Por isso a necessidade da especialização dos profissionais”, explica Dirceu Tieg.

Funenseg



Cristina Pitta

“É muito importante estarmos aqui, pois representamos a Escola que forma os corretores. Acreditamos que é fundamental estar nos lugares onde eles estão, seja para divulgar os nossos cursos, publicações ou até mesmo para tirar dúvidas que eles possam ter. Cerca de 80% a 90% dos corretores passaram pela Funenseg. A mensagem que deixo a eles é que se orgulhem de sua carreira e procurem entender a importância que a profissão possui”, diz Cristina Pitta.

Capemisa



Laerte Tavares Lacerda, Diretor Comercial da Capemisa

www.planetaseguro.com.br

“Nós da Capemisa entendemos que o Encor é um programa quase obrigatório para as seguradoras. O evento é um encontro de corretores, onde temos a oportunidade de conversar e trocar idéias de maneira bem informal. Esse processo auxilia na aproximação entre a seguradora e o corretor. Esses profissionais são os grandes distribuidores da Capemisa, pois não existe outro canal para nós.

Ao estar presente desse encontro, procuramos focar no relacionamento, além de distribuímos nosso portfólio de produtos. A Capemisa estará sempre à disposição dos corretores, como nossos parceiros de negócios”, afirma Laerte Tavares.

Porto Seguro



Fábio Luchetti, Vice-Presidente Executivo

“O Encor concentra vários corretores de diferentes lugares do Rio Grande do Sul, pois a produção do Estado é bastante diluída. Trocar idéias, adquirir percepção de quais pontos devemos melhorar e ajudar os corretores a desenvolverem seus negócios são nossos principais objetivos. A importância do corretor é fundamental porque, acima de tudo, antes de ser um vendedor, ele é um empresário, um consultor. A sociedade tem uma série de necessidades que muitas vezes não são percebidas. Esses profissionais tem o papel de despertar a sociedade para uma série de prioridades, escolhendo o melhor produto para o seu cliente. Mas eles não podem ficar em

apenas uma carteira”, afirma Luchetti. “Para nós, o Encor é um evento muito importante, pois é onde o corretor está. É um evento muito bacana, que já acompanho há vários anos onde temos a oportunidade de prospectar novos negócios e nos relacionar com os corretores”, enfatiza Rivaldo Leite, Diretor Executivo de Produção da Corporação

GBOEX Previdência Privada



Nilton Bermudez, ao meio, com equipe da GBOEX

“O 9º Encor faz parte do complexo de seguros do Rio Grande do Sul. Tem participação a nível nacional, além de ser apoiado pelo desenvolvimento da indústria de seguros local. Essa manutenção feita pelos sindicatos é importante, pois possibilita relacionamento, troca de informações, realização de negócios e prospecção da força de venda. A GBOEX completou, em maio, 98 anos de existência e estamos desenvolvendo um projeto para alcançarmos os 100 anos. A apresentação será iniciada a partir de agosto e iremos inaugurar em 23 pontos do Brasil. Nosso grande produto é o Vida Longa, responsável pelo grande crescimento que alcançamos”, comentou Nilton Bermudez.

Previsul

“Todos os eventos que unem o público segurador e que nos dá a chance de ter contato com os corretores são sempre muito bacanas. A Previsul participa do Encor todos os anos, além de todos os outros eventos feitos pelos sindicatos. Tentamos estar presentes



Andréia de Araújo, Gerente Regional da Previsul

em todos os encontros que movimentam o mercado, pois sempre é muito interessante. Estamos com nossa campanha de prêmios, a 2ª Edição da Corrida Premiada. Foram os próprios corretores que escolheram os produtos a serem sorteados. Na campanha, o total de prêmio comercializado pelos profissionais é convertido em pontos, que podem ser trocados por pendrives, TV's de LCD, Ipads e Iphones”, conta Andréia de Araújo, Gerente Regional da Previsul.

HDI Seguros



Júlio César, Diretor Reg. da HDI Seguros

“A nossa empresa é constituída, na sua logística, por corretores de seguros: pequenos, médios, grandes, além de grandes organizações. Ao organizar o 9ª Encor, o Sincor-RS simboliza seu envolvimento com a corretagem de seguros. Estamos no lugar certo e com as pessoas certas, esperando que nesses dois dias de eventos possamos aproveitar as palestras e aprender um pouco mais sobre a nossa atividade.

Estamos focando toda as atenções no HDI Digital, um produto dinâmico que possibilita a participação de todas as pessoas envolvidas na operação. Por meio dele, os profissionais podem entrar em nosso site e produzir cálculos seguros, de forma muito rápida, dinâmica e com as surpresas de possíveis ofertas”, afirma Júlio César.

Centauro Vida e Previdência



Aroldo Carneiro, diretor de suporte e controle da Centauro vida e previdência

“A Centauro é uma seguradora regional, que atua predominantemente no sul do Brasil. Portanto, o Rio Grande do Sul tem uma importância especial uma vez que é nossa região de origem. Além disso, nós temos aqui corretores parceiros, o próprio Sincor-RS. Tudo isso fortalece o sentido de oportunidade de estarmos aqui, conversando com nossos parceiros, oferecendo os nossos serviços e convivendo com as pessoas também. Estamos trazendo uma novidade, que é iniciativa institucional da Centauro na área de segurança de trânsito, na busca de redução de acidentes.

Criamos um site que não é apenas um site e sim sistema de relacionamento chamado Ajude a fazer o bem no trânsito. É um processo de multiplicação de atitudes que tem por objetivo prevenir acidentes e tudo isso vem a favor do seguro porque nós lidamos com risco e redução de acidentes refletem positivamente em todos os ramos”, conta

Aroldo Carneiro.

InfoCap



Charles Alberto Poltronieri

“A nossa empresa já trabalha há 20 anos em tecnologia de informação no mercado de seguros. O evento é uma forma de estarmos presentes junto ao corretor de seguros, mostrando as novidades que nossa empresa desenvolve. Uma das novidades é acessar as informações de banco de dados pelo celular, internet e o software de gestão que a corretora de seguros pode administrar sua corretora. Toda parte de controle de comissões, controle de propostas, renovação, prospecção de negócios e importação de dados da seguradora.

O software faz toda a gestão da corretora, desde a emissão da proposta até o controle das comissões a receber das companhias de seguros, o repasse aos seus produtores, o fluxo de caixa, o acompanhamento das renovações”, explica Charles Poltronieri.

Zurich

“Acredito que o Encor é um momento único para discutir as novas tendências do mercado. A partir dele, conseguimos fazer um networking com os corretores do sul, além de profissionais de outros estados que também estão presentes. Também é uma oportunidade para a Zurich mostrar seus produtos. Operamos em prati-

CAREPLUS

"O grande segredo do sucesso da parceria com o plano de saúde Care Plus é a confiança."

*João Nercessian - Sócio
Corretora MBS Seguros*

ANS - nº 37995-6



João Nercessian

Saúde
Seguros
Previdência

Av. das Nações Unidas, 11.507
3º Andar Brooklin
São Paulo SP Brasil
CEP 04578-000
11 3321 5500 fax 11 3321 5501
www.mbsseguros.com.br

"Quando implantamos um plano de saúde Care Plus sabemos que, além de oferecer um excelente plano, com grandes diferenciais de cobertura e rede credenciada de qualidade, estamos colocando nas mãos do cliente um excelente serviço. A Care Plus nos dá tranquilidade de que vamos entregar o melhor a nossos clientes."

Quem faz propaganda da Care Plus são os nossos clientes. A gente só divulga o telefone para você poder ligar.

Para mais informações:
Ligue para 0800 13 2992 ou
acesse www.careplus.com.br
Consulte seu corretor.


CAREPLUS
É MAIS SAÚDE PARA SUA EMPRESA.



Luciano Silveira, Superintendente da Região Sul da Zurich

camente todas as linhas de negócios e é um momento ímpar para revelar o sul. Nossa regional possui sede no Rio Grande do Sul e atende os estados de Santa Catarina e Paraná. Para nós, é muito importante estarmos aqui no Encor com nosso estande e compartilhando esse espaço com os corretores de seguros. A idéia é mostrar que a companhia atua na área de seguros corporativos. Nossa mensagem é ‘conheçam a Zurich, é uma seguradora completa, voltada ao canal corretor e estamos plenamente a disposição para ajuda-los a ampliar a linha de negócio dos corretores’, diz Luciano Silveira, Superintendente da Região Sul.

SulAmérica



Matias Ávila, Vice-Presidente Comercial da Sulamerica

“O Encor é um instrumento de relacionamento que temos usado para nos aproximar dos corretores, responsáveis por toda a distribuição de produtos da companhia. Como nossa base

de profissionais é muito grande, cerca de 25 mil corretores, a comunicação geralmente é feita por telefone. Vindo aqui, temos a oportunidade de ter um contato mais próximo com eles. Em fevereiro, reformulamos toda a nossa grande de produtos de saúde, ampliando portfólio e tornando os produtos mais competitivos. Nos próximos meses, os corretores irão se surpreender com uma nova companhia, cada vez mais próxima e sintonizada com o mercado, trazendo produtos novos e melhorando seus serviços”, conta Matias Ávila.

MBM Seguro de Pessoas



Nelton Ledur, Diretor de Previdência e Produção

“Para nós, o Encor é fundamental porque consegue reunir corretores de diversos segmentos. Como a MBM Seguro de Pessoas trabalha somente com vida, acreditamos que é importante explorar a participação de outros corretores de ramos elementares, especialmente o de automóvel. Estamos apresentando o APP (Acidente pessoal de Passageiro), focado em Vida. Geralmente, as seguradoras apresentam esse produto alinhado ao RC, o que o torna mais caro. Na MBM, ele é independente, o que facilita a comercialização. Minha mensagem aos corretores é que acreditem mais nas seguradoras nacionais, pois elas conhecem bem a população e os anseios da comunidade brasileira”, explica Nelton Ledur.

Seguros Unimed



João Estrela, Gerente Territorial de Negócios na Seguros Unimed

“Já é a terceira vez que participamos do evento. Consideramos que a importância fundamental do evento é a possibilidade de nos aproximarmos dos corretores de seguros. O 9º Encor é um momento de encontrarmos velhos amigos, conhecer pessoas novas, além de fazer um relacionamento objetivando a prospecção de novos negócios”, diz João Estrela.

MetLife



Gustavo Toledo, Superintendente Reg. da MetLife

“Para nós, o Encor é fundamental, pois os corretores são os principais distribuidores dos produtos da MetLife. Nossa presença reforça nosso posicionamento em Porto Alegre. A principal novidade é na área odontológica. A partir do novo sistema, o usuário liga para nossa central de atendimento e agenda a sua consulta. Não é necessário que o paciente ligue para o dentista, pois nós mesmos fazemos o serviço”, reforça Gustavo Toledo.



Sistemas Seguros

A Sistema Seguros há 20 anos desenvolve produtos e serviços para o mercado de seguros

✓ *COL*
Gestão de Corretoras

✓ *SOL*
Gestão de Salvados

✓ *CGW*
Consultas gerais via Web

✓ *Gestão de Processos*
para Corretoras

✓ *MPW*
Multiprodutos Web

✓ *Desenvolvimento de*
kits e produtos

Telefone: 11 3664-2040

E-mail: info@sistemas-seguros.com.br

Site: www.sistema-seguros.com.br



Cícero Barreto conta sua trajetória de vida e fala sobre seus planos como Diretor Comercial da Omint

Cícero Barreto de Souza ocupa o cargo de Diretor Comercial da Omint desde 2006. Entre suas atribuições, é de sua responsabilidade responder pelas áreas Comercial, Marketing e Relacionamento com o cliente na companhia. Conheça, na entrevista a seguir, um pouco sobre a história de vida do executivo e seus planos para o futuro da empresa.

Nome completo: Cícero Venício Barreto de Souza

Como é conhecido no mercado: Cícero Barreto

Onde nasceu? Em três Lagoas, no Mato Grosso do Sul

Idade: 37 anos

Estado Civil: casado

Tem filhos? Quantos? Tenho duas meninas, uma de 3 e outra de 1 ano

Tem algum hobby? Na verdade, tenho dois hobbies: corrida e leitura

Pratica algum esporte? Pratico corrida seis vezes por semana. Costumo



“Temos por objetivo crescer de forma sustentável, elevando a satisfação dos públicos que a Omint mantém relacionamento”



correr na USP, em Alphaville e também na academia.

Torce para algum time de futebol? Sim, sou corinthiano.

Qual é a sua maior virtude? Acredito que minha maior virtude seja saber ouvir e respeitar as pessoas.

E um ponto fraco? Sou muito ansioso e, às vezes, isso me atrapalha um

pouco no trabalho.

Realiza ou realizou algum trabalho voluntário? Sim, já realizei alguns e continuo.

Faz algum tipo de coleção? Sim, tenho mania de colecionar revistas de esporte, principalmente de corrida.

Tem algum ídolo? Tenho alguns. O



“Em 2006, fui nomeado a Diretor Comercial da Omint, respondendo pelas áreas Comercial, Marketing e Relacionamento com o cliente”

primeiro é meu pai, que sempre foi referência na minha vida. Tenho o Ayrton Senna como ídolo. Ele marcou minha juventude por ter orgulho de ser brasileiro e por nunca ter desistido de lutar pela vitória. Em se tratando de corridas, meus ídolos são Marilson dos Santos e Vanderley Cordeiro de Lima.

Uma recordação de infância? Viajar ao lado do meu pai até o sul do país. Sempre que podia, eu o acompanhava, ajudando e curtindo os momentos ao lado dele. Ele foi caminhoneiro e sempre teve uma energia muito boa. Tínhamos muitas conversas!

Tem algum sonho que ainda não realizou? Sim, um dos meus sonhos é conseguir terminar uma maratona que fiz ano passado, de 98km. Alcancei a marca dos 81km, mas a corrida foi cancelada devido ao mau tempo.

Uma viagem inesquecível? Para mim, sempre será minha primeira viagem ao exterior. Quando fui à Califórnia, pude sentir as diferenças culturais do país. A viagem me serviu de aprendizado, pois me fez enxergar as coisas

de maneira diferente.

Uma frase? “Se você quer sem bem sucedido, precisa ter dedicação total e dar o melhor de si mesmo”, do Ayrton Senna.

Conte um pouco sobre sua trajetória profissional.

Comecei a trabalhar aos 11 anos com meu pai. Aos 14, estava empregado em uma indústria alimentícia. Aos 22, me graduei em tecnologia e comecei a trabalhar na HP. A partir daí, fui convidado pela Omint para fazer parte da equipe. Passei por várias áreas e fui sendo preparado ao longo da carreira para assumir novas responsabilidades. Trabalhei no marketing, em gerenciamento de canais de distribuição e central de atendimento da companhia. Até que, em 2006, fui nomeado a Diretor Comercial da Omint, respondendo pelas áreas comercial, de marketing e relacionamento com o cliente.

Quais são suas metas para 2011? Temos por objetivo crescer de forma sustentável, elevando a satisfação dos públicos que a Omint mantém relacionamento.





Proposta amplia seguro rural e muda coberturas

O mercado tem até o dia 8 de agosto para apresentar sugestões à Susep no que se refere à minuta de Resolução do CNSP que altera as normas vigentes no seguro rural. A autarquia propõe alterações no art. 3º da Resolução 46/01, aprovada há dez anos, incluindo o seguro de vida entre as modalidades abrangidas no ramo rural. Contudo, a minuta estabelece que esse seguro de vida deverá ser destinado exclusivamente ao produtor rural, devedor de crédito rural, e terá sua vigência limitada ao período de financiamento, sendo que o beneficiário será o agente financiador.

<http://bit.ly/j0inNs>



Zurich lança seguro residencial para terceira idade



A Zurich, multinacional de origem suíça e um dos maiores grupos seguradores do mundo, foi pioneira ao desenvolver o primeiro seguro de Acidentes Pessoais com foco na população com mais de 50 anos, o Zurich Melhor Idade. De olho nas necessidades deste público, a seguradora desenvolveu, em conjunto com o Banco Mercantil do Brasil, um novo produto que visa proteger o principal bem material deste segmento da população: a residência.

<http://bit.ly/kungWt>

Diretor da MetLife entre os RHs mais admirados

O diretor de Recursos Humanos da MetLife, Jair Pianucci, foi eleito um dos 50 gestores de RH mais admirados do Brasil. A entrega dos prêmios, que reuniu os executivos vencedores, foi realizada pela Gestão e RH Editora e aconteceu no Centro de Convenções Rebouças. Líder global em vida, a MetLife tem feito grandes avanços na área de RH, com investimentos em treinamento para funcionários e implementação do MBA in Company.

<http://bit.ly/lKwLDo>

Tracker do Brasil dá desconto de 40% em rastreadores

A Tracker do Brasil, maior empresa de rastreamento e monitoramento do país, passou a oferecer aos seus clientes um desconto de 40% na adesão do Tracker Auto. O produto é considerado a melhor solução para o roubo e furto, já que se trata de um rastreador por radiofrequência que não perde o sinal em garagens ou túneis. O equipamento é imune também à ação de jammers – inibidores de sinais utilizados por criminosos.

<http://bit.ly/jZN4y9>

Datafolha revela que 80% da população não aprovam mudanças no Código Florestal



Resultados de uma pesquisa do Datafolha revelam que cerca de 80% da população não aprovam as mudanças no Código Florestal. Além disso, 79% apóiam o eventual veto da presidente, caso o Senado valide a proposta da Câmara; 84% afirmam que não votariam em deputados e senadores que tenham votado a favor do perdão de desmatamento ilegal; e 77% dos entrevistados apóiam a proposta da comunidade dos cientistas para adiar a votação no Senado, de forma a ter mais embasamento técnico-científico na nova legislação.

<http://bit.ly/kmBMfq>

Mapa do Site

PLANETA SEGURO

São Paulo, sexta-feira, 17 de junho de 2011

Destaque

Nome: Folha de São Paulo

Prêmio Mercado de Seguros

Vote aqui!!

Tempo Agora

Todas notícias

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

Especialização e parceria: a matriz dos atributos comerciais da Bradesco Vida e Previdência

Parceria com corretores e consultores é um dos componentes desta fórmula de sucesso que faz a seguradora ser líder de mercado

Rogério Luvizutto



Luiz Gonzaga, Superintendente Executivo

Ao completar 30 anos de existência este ano, a Bradesco Vida e Previdência se consolida como empresa líder de mercado e também comemora 10 anos de atuação no segmento de seguros de vida.

Reconhecida pelo seu pioneirismo em previdência privada, mercado que a empresa detém 34,4% de participação, com uma carteira de investimentos de R\$ 80,2 bilhões (dados referentes a março/2011),

a seguradora incorporou em 2001 o segmento de seguro de vida, concentrando as atividades do Grupo Bradesco Seguros voltadas à proteção de pessoas e de seus futuros.

Em 2010, a Bradesco Vida e Previdência registrou um volume de prêmios de R\$ 2,7 bilhões, que representaram 17,3% do disputado mercado de seguros de vida e acidentes pessoais. Uma evolução de quase 18%, comparando-se com o ano anterior. Já em previdência, as receitas cresceram 15,4% no ano, alcançando R\$ 12,4 bilhões, o que corresponde a 31,2% do mercado.

“Esses números são a certificação do trabalho eficiente que desenvolvemos em 30 anos de existência”, assinala

Eugênio Velasques, diretor executivo, responsável pela área corporativa da companhia.

Velasques destaca que a marca do sucesso comercial está na especialização da empresa desde a prospecção do negócio até o pagamento do benefício. “Tendo especialização fazemos mais negócios. Isso atrai mais corretores, que se sentem seguros em saber que encontrarão na Bradesco Vida e Previdência soluções adequadas para as necessidades de seus clientes. O



Luiz Fabio Miranda

Adriano Martins , Diretor Executivo

resultado desse círculo virtuoso é que o corretor nos traga mais clientes”, argumenta.

Uma lógica que se mostra eficaz no atendimento via Rede Bradesco e via canal de corretores de mercado, que comercializam produtos de diversas seguradoras, com atuação mais focada em clientes empresariais.

Outro forte diferencial da seguradora destacado pelo diretor executivo é sua flexibilidade em atender a todos os perfis de clientes com a mesma qualidade de relacionamento e eficiência no atendimento. “Qualquer grande negócio empresarial é tratado da mesma forma que um pequeno negócio em todos os nossos níveis hierárquicos”, resume Velasques a filosofia da empresa. “A Bradesco Vida e Previdência não distingue clientes. Essa filosofia é a marca do Grupo Bradesco”, lembra. Das 100

Área comercial em apoio ao segmento de Massificados

A área comercial corporativa da Bradesco Vida e Previdência conta também com o apoio das sucursais do segmento de massificados da seguradora, uma estrutura de 60 sucursais cobrindo todo o Brasil, no apoio e suporte aos corretores. “Não podemos prescindir da importância estratégica dos profissionais de mercado. Eles são os multiplicadores da nossa capacidade de atender aos clientes”, enfatiza Adriano Martins, diretor executivo da Bradesco Vida e Previdência, atualmente responsável pelo ramo de seguros de vida, produtos massificados. Américo Pinto Gomes, diretor executivo de previdência em massificados destaca como boa oportunidade aos corretores o merca-

do de previdência, pois este tem muito a crescer. “Estamos vivendo uma nova era em que proteção e planejamento são prerrogativas para um amanhã mais seguro. O brasileiro está vivendo mais e já sabe que é preciso preparar-se para manter a qualidade de vida no futuro”, argumenta. O superintendente executivo Roberto César Trindade Lima complementa: “Oferecemos as ferramentas necessárias para contribuir na qualificação dos Corretores, fator fundamental para atuar em previdência”, lembrando que a venda consultiva é um dos diferenciais que mantém a seguradora em posição de liderança no mercado. “Previdência é um relacionamento de longo prazo. O corretor precisa

estar muito bem preparado para orientar o cliente de forma a atender suas necessidades, e manter sua fidelização”. Marcelo Rosseti, superintendente executivo de massificados – vida reforça as oportunidades crescentes de negócios ao corretor: “Hoje, quando falamos do Brasil, estamos falando de uma das 10 maiores economias do mundo e que se comparada a dos Estados Unidos e de países da Europa, temos muito a construir em diversas áreas. Vivemos com uma moeda estável depois de décadas de inflação galopante e observamos o avanço das classes sociais. Esses componentes criam o ambiente perfeito para produtos de proteção, sejam da vida, do futuro, ou de bens”.

mil apólices coletivas da carteira do ramo vida da Bradesco, 96 mil são de empresas de pequeno e médio portes. **Parceria tradicional com os profissionais de mercado** - Além da especialização em apresentar soluções inteligentes para os clientes (corporativos e individuais), o superintendente executivo da área corporate, Luiz Gonzaga Souza de Oliveira, também atribui a liderança da Bradesco Vida e Previdência ao funcionamento harmônico de três aspectos: estrutura comercial, capilaridade e tradicional parceria com os corretores. Segundo Gonzaga, este tripé, aliado à solidez da empresa, sustenta a confiança dos clientes e torna a engrenagem eficiente. A área corporativa conta com uma estrutura diferenciada na Bradesco Vida e Previdência, com 11 sucursais de negócios instaladas estrategicamente em várias regiões do país, com uma equipe própria para fazer frente aos grandes negócios. “Nessas sucursais há um superintendente de área, uma equipe de gerentes comerciais e um backoffice para cuidar do dia-

a-dia operacional, com foco total ao corretor e aos administradores de apólices empresariais”, explica Gonzaga.

Na Matriz, são mais de 300 funcionários centrados exclusivamente no corporativo, interagindo na comercialização, precificação, negociação, atendimento, manutenção, operacionalização, pagamento de benefícios/ sinistros e, enfim, cobrindo todas as fases do relacionamento com os corretores, empresas de consultoria, empresas clientes e seus funcionários – segurados ou participantes de planos de previdência.

A estrutura comercial corporativa, apoiada por um dos maiores grupos financeiros do Brasil, o Banco Bradesco, conta com um importante aliado: a base sólida de relacionamento entre a

seguradora e os corretores de seguro. “Atuar no mercado corporativo requer um relacionamento muito estreito e mútuo respeito com o corretor, atendendo a esse profissional com agilidade, transparência e muita interatividade, para que possam propiciar a ele as propostas mais viáveis, que atendam plenamente às características e expectativas da empresa representada

em cada negociação”, assinala Luiz Gonzaga. “Nós trabalhamos com critérios bem fundamentados, de forma a passar firmeza e segurança ao corretor. Posso garantir que somos competitivos e nos dedicamos à análise de cada proposta como se ela fosse a única, pois quanto mais informação você tiver, melhores as condições que podem ser oferecidas”.

A parceria da Bradesco Vida e Previdência com os profissionais de mercado é reforçada durante o ano inteiro e envolve reuniões individuais, visitas a corretoras, treinamentos, participação de eventos em Sincors – Sindicatos de Corretores de todo o país, patrocínios e realização de campanhas, como a “Talento de Seguros”, ação institucional do Grupo Bradesco Seguros.

Além de vida e previdência, a premiação é direcionada também aos corretores de outros ramos, que interagem com as demais empresas do



Eugênio Velasques, Diretor Executivo

Luiz Fabio Miranda

Rogério Luvizutto



Marcelo Rosseti, Superintendente Executivo

Rogério Luvizutto



Américo Pinto Gomes, Diretor Executivo

Grupo. Para manter a qualidade no atendimento, a seguradora investe continuamente na capacitação dos corretores.

A “Talento de Seguros” é uma forma de reconhecer, valorizar e estimular os profissionais que ajudam a fazer a seguradora líder de mercado. O evento de premiação é sempre marcado por uma grande confraternização que inclui um fim de semana dos corretores e suas respectivas famílias.

Um momento exclusivo para homenagear e fortalecer o relacionamento com os corretores que mais contribuíram para o sucesso da empresa em determinado período.

“Acreditamos que o grande segredo do nosso negócio é estar sempre perto, junto do corretor. Essa parceria acontece sempre, seja na hora da precificação, seja atendendo a um pedido, seja na agilidade em atender a um sinistro (no máximo quatro dias com a documentação

toda em ordem).

Estar sempre pronto para atender às necessidades do corretor para que ele, por sua vez, possa atender bem às empresas que são suas clientes”, enfatiza Luiz Gonzaga. Ele acrescenta que a Bradesco Vida e Previdência faz questão de ser reconhecida no mercado como uma “empresa de portas abertas”, com equipes preparadas para atender os profissionais a qualquer momento. “A capacidade de estar presente e de ter boa vontade ajuda na empatia”.

Certo de que especialização, capilaridade, solidez e espírito de parceria influenciam principalmente na hora do corretor “colocar sua apólice”, quando da renovação dos contratos com os clientes ou da montagem de um novo seguro, Gonzaga lembra que a estrutura da empresa é utilizada justamente para manter o padrão de qualidade que preserva no relacionamento e pela fidelização que valoriza com os corretores.

“Esse relacionamento é um grande diferencial na hora de comercializar nossos produtos e serviços”, frisa o superintendente executivo da Bradesco Vida e Previdência.

Velasques reforça a avaliação de Gonzaga e inclui mais um componente que, em sua opinião, pesa na decisão do corretor em negociar produtos Bradesco Vida e Previdência: a preferência do profissional.

Ele argumenta que esta preferência está ligada à capacidade de a seguradora também oferecer soluções que implicam em preço justo ao cliente e remuneração satisfatória para os profissionais de mercado. “Ou seja, encontramos soluções apropriadas para que todas as partes envolvidas no negócio saiam satisfeitas”, conclui.

Rogério Luvizutto



Roberto Cesar, Superintendente Executivo

Marcelo Biasoli assume cargo de Superintendente na RSA Seguros



A RSA Seguros anunciou a promoção de Marcelo Biasoli para o cargo de superintendente de Marketing e Estratégia Corporativa. “Como superintendente de Marketing e Estratégia Corporativa, meu desafio é promover os valores e diferenciais corporativos da Companhia, garantindo a consistência da sua estratégia na direção do crescimento da operação no Brasil”, afirma o executivo.

Zurich efetiva Marcus Vinicius como CEO Brasil de Autos e Seguros Gerais



A Zurich, multinacional de origem suíça, efetivou o executivo Marcus Vinicius Lopes Martins como seu novo CEO Brasil de Autos e Seguros Gerais. O profissional ingressou na Zurich em novembro de 2010 como Vice-presidente de Seguros Individuais e, desde março de 2011, vinha ocupando interinamente o cargo de CEO da mesma área.

Liberty Seguros contrata executivo para área de Varejo da companhia

O executivo Alexandre Rodrigues Moreira é o novo Diretor Regional Minas - Centro-Oeste. Na companhia há 8 anos, Moreira já foi gerente da filial Goiás e superintendente para as regiões Sudeste e Centro-Oeste.

A nova diretoria, que também atende parte da região Norte (Rondônia, Manaus e Tocantins), possui 17 filiais da Liberty sob seu comando.

Graduado em Marketing, e com MBA na mesma área, Alexandre Moreira tem 21 anos de experiência no mercado de seguros.

Entre os desafios do profissional está abertura de 3 novas filiais este ano, focadas no Canal Varejo.

Susep tem novo Superintendente

A Superintendência de Seguros Privados (Susep), autarquia que regula os mercados de seguro, resseguro, capitalização e previdência complementar aberta tem novo Superintendente. Trata-se do procurador federal Luciano Portal Santanna, que ocupava o cargo de Procurador-Chefe da Procuradoria Federal junto à Susep (PF/Susep).

No âmbito da Advocacia-Geral da União, Luciano Portal Santanna foi chefe de gabinete e coordenador-geral da Procuradoria-Geral Federal, coordenador-geral da Procuradoria Federal Especializada junto ao INSS (PFE/INSS), coordenador da Procuradoria Federal junto à Agência Nacional do Petróleo (PF/ANP) e Procurador-



Chefe da Procuradoria Federal junto à Comissão Nacional de Energia Nuclear (PF/CNEN).

O novo Superintendente é mestrando em Direito Regulatório pela Universidade Cândido Mendes, pós-graduado em Direito da Regulação pela Fundação Getúlio Vargas e diretor para agências reguladoras da Associação Nacional dos Procuradores Federais - ANPAF. Sua nomeação representa

uma escolha técnica, um perfil desejado pelo Ministério da Fazenda.

“Pretendo aprimorar as normas e práticas da SUSEP voltadas à tutela dos interesses dos adquirentes de planos de previdência, seguros e capitalização, que são a razão de ser da atuação estatal. Redução de custos, a fim de viabilizar o acesso a tais produtos a camadas mais baixas da população, e maior proteção do consumidor serão prioridades. Para isso teremos que repensar a gestão interna. A redução dos prazos dos processos sancionadores, hoje superior a seis anos, para menos de doze meses, com um comando que determine o efetivo cumprimento do contrato, é um exemplo concreto disso”, comenta o novo Superintendente.

CQCS

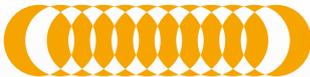
Centro de Qualificação do Corretor de Seguros

www.cqcs.com.br



A maior comunidade
de Seguros da América Latina!

um produto:


ESSENIUS
essenius.com.br

Santander oferece 50% de desconto nas quatro primeiras parcelas de Seguros Residenciais

Em julho, muitas famílias aproveitam o recesso escolar para tirar férias e viajar, deixando seu imóvel “desprotegido” e, muitas vezes, sem vigilância por um longo período. Pensando nisso, o Santander oferece, entre junho e julho, um desconto de 50% nas quatro primeiras parcelas do Seguro Proteção Residencial.

O produto - que já oferece cobertura para roubo, furto qualificado, desmontamento, incêndio, explosão, queda de raio, incidentes causados por eventos naturais e assistência 24 horas para problemas elétricos, hidráulicos, chuveiros entre outros - também passa a disponibilizar ao segurado o Eletroassist, pagamento de mão-de-obra para conserto técnico em eletrodomésticos com até seis anos de fabricação e o Pet, assistência especializada para animais de estimação.

Já no Seguro Proteção Residencial Dose Dupla, a partir de R\$ 50 mil de cobertura, é possível contratar o dobro da cobertura em relação ao produ-



to convencional, podendo chegar a R\$ 1 milhão. Além dessas vantagens, ao contratar qualquer um destes produtos, o cliente recebe quatro números para concorrer a prêmios que podem chegar a R\$ 50 mil, pela Loteria Federal.

“Sabemos que a casa é o patrimônio mais importante para as pessoas e, como qualquer outro bem, também está sujeito a eventualidades. Com as vantagens e facilidades que o Seguro Proteção Residencial oferece, todo mundo pode contar com essa proteção”, diz Hugo Sérgio de Assis Jr, superintendente de Seguros do Santander.

SulAmérica lança P.R.A. Saúde Odonto

A SulAmérica lançou o P.R.A. Saúde Odonto, novo programa de comissionamento adicional da companhia. O programa terá regras diferenciadas por tamanho de grupo segurado: uma para produtos PME e Empresarial até 99 vidas e outra para Empresarial de 100 até 499 vidas. Todos os corretores cadastrados e ativos nas filiais da SulAmérica irão participar.

“Queremos incentivar os corretores a vender os produtos Saúde e Odon-

tológico da SulAmérica para diversos tipos e tamanhos de empresa, de 4 a 499 vidas”, comenta o vice-presidente Comercial da companhia, Matias de Ávila.

Para grupos de 4 a 99 vidas do SulAmérica Saúde e Odontológico PME e Empresarial serão considerados os negócios com vigência entre abril e setembro de 2011. Os corretores poderão ganhar duas premiações: o agenciamento adicional e o comissionamento adicional único.

BB venderá seguro nos Correios

O Banco do Brasil adquiriu o Banco Postal como mais uma plataforma de oferta de micro crédito e, também, de produtos mais sofisticados, como seguros.

O negócio será muito interessante para a instituição, pois permitirá antecipar a meta de alcançar todos os municípios a um custo menor do que se previa. Além disso, com a vitória no leilão, o BB dobra sua rede de atendimento e distribuição de produtos bancários. Essa mega rede permitirá, ain-



da, que o BB aproveite a estabilidade e continuidade de aumento na renda da população para vender produtos bancários à crescente classe média.

Paralelamente, o Banco Postal representa uma oportunidade de adicionar um número significativo de clientes ao BB. Números que circulam nos bastidores do banco dão conta de que o Banco Postal tinha em média 4 mil aberturas de contas por dia. A avaliação é de que a crescente capilaridade do Banco Postal ajudará o BB a aumentar a rentabilidade.

Todavia, a presença de uma agência dos Correios não impedirá, necessariamente, que o BB também coloque mais uma agência na cidade, o que irá depender de uma análise das necessidades locais.

A Avaliação Patrimonial é a GARANTIA de um SEGURO bem feito.



Os procedimentos mais modernos de Gerenciamento de Riscos indicam a correta Avaliação dos bens como um dos fatores mais importantes para a contratação dos seguros. Independentemente da forma que o seguro é contratado, conhecer o valor correto dos bens, permite ao segurado definir com segurança qual o valor que pode ser adotado como franquias e também optar com tranquilidade sobre qual tipo de apólice comprar.

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

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

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

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

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

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

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



ENGEVAL®
ENGENHARIA DE AVALIAÇÕES

Uma nova forma do profissional de seguros se comunicar: Storytelling

Toda organização possui um leque de histórias, a partir das suas experiências e suas visões relacionadas com os acontecimentos diários internos e externos. Quando um profissional oferece um produto ou serviço a um cliente, expondo exemplos e narrando histórias, ele está utilizando uma técnica chamada Storytelling. Esta técnica utiliza as histórias e narrativas como instrumento de comunicação e educação, favorecendo o alcance de resultados.

O preâmbulo de Storytelling obedece a algumas fases. Primeiro, a sabedoria de saber ouvir o cliente e outros eventuais atores do processo de venda. Depois se passa a aprender sobre o negócio e descobrir a sua história (ou outras histórias a serem contadas). O próximo passo é explorar essas histórias, suas variações e implicações para criar conceitos, que possam encantar o cliente final e sedimentar imagem da empresa.

A modalidade ancestral de contação de histórias é a inovadora forma de comunicação, que pode ser utilizada por qualquer profissional, em diversas situações como: reuniões, conversas pessoais, apresentações, negociações ou vendas. O profissional de seguros pode envolver seus clientes, sua equipe, seus colaboradores e parceiros, através de uma forma agradável de comunicação. O poder das narrativas e histórias, na comunicação interna e externa, é o caminho eficaz para interagir, motivar, tornar-se próximo, ser empático e praticar a alteridade no mundo corporativo.

O fundamental é que a história seja verdadeira, para que o cliente se iden-

tifique com a marca ou produto. Este processo, muitas vezes, implica em uma espécie de auto-análise do cliente. A partir daí, qualquer ação criada deve estar impregnada desta história. Pode ser um anúncio ou até mesmo imagens que reflitam um novo estado de espírito.

Profissionais de qualquer nível hierárquico têm utilizado histórias para transmitir conhecimentos, com o objetivo de motivar atitudes de sucesso similar a serem aplicadas a todas as operações e processos organizacionais.

Que tal praticarmos? Sugiro algumas dicas para o profissional de seguros tornar-se um contador de histórias corporativo:

Utilizar o bom humor, ritmo e poesia, nas suas histórias que funcionam como atalhos para o cérebro, porque atingem a emoção;

Selecionar histórias apropriadas para cada ocasião, exemplo: interesses e idade do público.

As histórias não devem ser contadas em mais de 20 minutos e devem ser escolhidas conforme seu objetivo de comunicação: influenciar, impres-



Reinaldo Passadori

sionar, impactar, encantar, persuadir, educar, liderar, vender, negociar etc;

No momento de contar a história, mostre-se congruente, faça contato visual com seus ouvintes. Varie o tom de sua voz para representar oralmente detalhes da história, use expressões faciais e mostre ao público toda a emoção contida na história.

Ah... A frase de abertura! Não diga sempre “Era uma vez...” substitua por: “Uma vez que, a longo prazo, há muito tempo e muito longe...” ou “Na montanha mais alta em todo o mundo vivia um velho homem...”.

Essas são apenas sugestões para o seu início como contador de histórias, como inovadora e eficaz ferramenta de comunicação, que pode fazer você atingir qualquer objetivo. Portanto, você encontrará o seu estilo de contador de histórias, que o adaptará aos diversos contextos. Boa Sorte.

Leitura na tela



Para ilustrar a coluna do mês, recomendo o filme *Forrest Gump - O contador de histórias*. *Forrest Gump* é um homem muito especial. Considerado estúpido por todos que o conhecem, ele é na verdade apenas uma pessoa ingênua que vê o mundo por uma perspectiva diferente. Gump acidentalmente participa de alguns dos momentos mais importantes da história recente dos Estados Unidos - Guerra do Vietnã, Caso Watergate, entre outros - enquanto tenta ir atrás do grande amor de sua vida. Sua história é contada com drama e bom humor em iguais proporções, surpreendendo o espectador a cada cena.

A Avaliação Patrimonial é a GARANTIA de um SEGURO bem feito.



Os procedimentos mais modernos de Gerenciamento de Riscos indicam a correta Avaliação dos bens como um dos fatores mais importantes para a contratação dos seguros. Independentemente da forma que o seguro é contratado, conhecer o valor correto dos bens, permite ao segurado definir com segurança qual o valor que pode ser adotado como franquia e também optar com tranquilidade sobre qual tipo de apólice comprar.

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

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

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

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

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

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

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



ENGEVAL
ENGENHARIA DE AVALIAÇÕES



A PRIMEIRA
LINHA DE SEGUROS E
PREVIDÊNCIA BRASILEIRA
COM TECNOLOGIA
E PADRÕES
INTERNACIONAIS

PRIVATE SOLUTIONS

A CHAVE PARA A SUA SEGURANÇA

A MONGERAL AEGON apresenta ao mercado nacional o PRIVATE SOLUTIONS, uma linha de seguros de vida e planos de previdência personalizados para assegurar tudo o que você conquistou para sua família, preservar seu patrimônio e auxiliar o planejamento sucessório da sua empresa.

O PRIVATE SOLUTIONS utiliza um processo detalhado de análise de perfil, o que permite oferecer, em condições altamente competitivas e rigorosamente dentro da legislação brasileira, capitais elevados a clientes com diferentes estilos de vida.

Garantido pela MONGERAL AEGON, pioneira em seguros de vida e previdência, com mais de 175 anos de atividade, o PRIVATE SOLUTIONS conta com a parceria de importantes resseguradoras internacionais.

**GARANTA O PRIVILÉGIO DE
CONTRATAR O SEGURO MAIS
EXCLUSIVO DO BRASIL.**

Conheça também os produtos de previdência da linha PRIVATE SOLUTIONS.

