

COMPANHIA

MUTUAL
DE SEGUROS

MUTUAL:

seguradora aprimora
relacionamento com
os corretores
de seguros



Claudia Zalaf, diretora superintendente e Mauricio Tadeu Di Giorgio, diretor presidente

Especial: XVII Congresso Brasileiro dos Corretores de Seguros

K2TEC disponibiliza tecnologia para o mercado de salvados

ABGR promove o IX Seminário de Gerência de Riscos

Mercado recebe serviço de vendas de seguros online

BPO é tema de workshop promovido pela Veganet e ANSP



**Corretor de Seguros, com você,
comemoramos boas notícias todos os dias.
Mas a de hoje é especial: é o seu dia.**

Todos os dias, você é um dos primeiros a saber de cada realização na vida dos nossos Clientes. Por isso, no seu dia e em todos os outros, a **Tokio Marine** trabalha para fortalecer ainda mais a nossa parceria.

12 DE OUTUBRO. PARABÉNS, CORRETOR.

Corretor de Seguros. Nosso principal parceiro de negócios.

Edição N° 120 - Ano XII
Periodicidade: mensal

Editor
José Francisco Filho
MTb: 33.063

Redação
Paula Witchert
paula@revistasegurototal.com.br
Elaine Lisboa
elaine@revistasegurototal.com.br

Diretor de Marketing
André Pena
andre@revistasegurototal.com.br

Diretor Comercial
José Francisco Filho
francisco@revistasegurototal.com.br

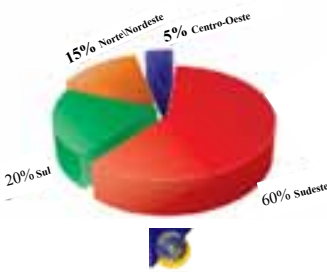
Publicidade
Graciane Pereira
graciane@revistasegurototal.com.br

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

Editorial

Com a realização do XVII Congresso Brasileiro dos Corretores de Seguros nos dias 23, 24 e 25 deste mês, as empresas começam a se preparar para mostrar novidades ao corretor de seguros. Com o intuito de adiantar as ações das patrocinadoras durante a XVI Exposeg, a edição deste mês traz um especial sobre o assunto.

Em nosso quadro de eventos destacamos o seminário da CesceBrasil em parceria com a Serasa Experian sobre a utilização do seguro de crédito neste singular momento da economia mundial, a ação beneficente da Colemont para ajudar crianças com câncer, os lançamentos e novidades apresentados durante a Fenatran 2011 e o inovador serviço de vendas de seguros online pelo Grupo Bradesco.

Abordamos também as questões polêmicas causadas pelas resoluções introduzidas pelo CNSP ao mercado de resseguros, tema discutido durante o IX Seminário Internacional de Gerência de Riscos da ABGR.

No Caderno Empresarial, falamos sobre a tecnologia para o mercado de salvados disponibilizada pela K2TEC, com o CrimeStop. Conversamos com o Diretor Geral da Inter Partner Assistance, Sven Volodia Loison, na seção Papo de Executivo e, em nossa matéria de capa destacamos o trabalho da Mutual em investir em pessoas e tecnologia.

A edição deste mês está recheada de novidades e grandes informações que o leitor poderá conferir nas páginas a seguir.

Boa leitura!

Da Redação

Sumário

4	Notícias	
14	Eventos	
28	Entidades	
34	Capa	
38	Caderno Empresarial	
40	Especial	
48	Vitrine	
50	Papo de Executivo	
52	Portal Planeta Seguro	
54	Giro de Mercado	
56	Artigo	
58	Opinião	

CesceBrasil patrocina o VII Seminário de Infraestrutura para a Copa de 2014

A CesceBrasil patrocinou o VII Seminário de Infraestrutura para a Copa de 2014, realizada no Centro de Convenções da Bolsa do Rio de Janeiro (RJ). Nesta edição, o seminário itinerante realizado pela Câmara de Comércio Espanhola em Brasil discutiu soluções e expectativas de negócios que serão gerados para as cidades do Rio de Janeiro, Brasília e Belo Horizonte, com o evento da Copa 2014.

A sétima edição do seminário contou com a participação de representantes do governo municipal de cada cidade-sede e empresários dos setores de turismo e infraestrutura. Daniel Nobre, diretor comercial da CesceBrasil, participou do painel so-

bre estruturação financeira.

“Após o início das reformas e construções dos estádios, há grande expectativa nas cidades-sede da Copa para as oportunidades em mobilidade e infraestrutura urbana, especialmente construção, ampliação e modernização de aeroportos, metrô e hotelaria. O seguro-garantia contribui à viabilização de arranjos financeiros estruturados a estes projetos ao dar segurança aos investidores quanto à execução dentro do cronograma projetado, permitindo a diminuição de seus custos de captação diante da



Luciana Brajterman - Gerente de Marketing e Comunicação e Daniel Nobre - Diretor Comercial da CesceBrasil

mitigação dos riscos de performance”, afirma Daniel Nobre, diretor comercial da CesceBrasil.

Yasuda encerra Campanha Premiada 2011 com resultados positivos



José Carlos dos Santos, superintendente da Yasuda

A cerimônia de premiação da Campanha Premiada Yasuda 2011 aconteceu em 28 de outubro no Restaurante Dinho's Place.

O evento recebeu convidados de várias corretoras de seguros de São Paulo contempladas na campanha e representantes das mais importantes

áreas de trabalho da seguradora.

Para as corretoras ganhadoras de outras regiões do país, foram realizados eventos em suas respectivas praças de atuação para a entrega dos prêmios.

Durante os seis meses de duração da campanha (abril a

setembro/2011), a Yasuda registrou um substancial aumento de produção junto aos corretores participantes, que perceberam a qualidade dos produtos e serviços da empresa. Além disso, bem como foram contemplados com mais de 20 prêmios, que incluíam de motos a eletroeletrônicos, como notebooks Sony

Vaio, TV's LCD's, iPads, entre outros.

“Com esse tipo de ação promocional, além de recompensarmos os esforços dos corretores, estreitamos nosso relacionamento comercial, indo ao encontro dos atuais objetivos da empresa de estar cada vez mais próxima a eles”, afirma José Carlos dos Santos, Superintendente de Planejamento da Yasuda.

Segundo ele, a Yasuda pretende crescer ainda mais em 2012 através de um relacionamento comercial cada vez mais próximo e duradouro com seus corretores, além da abertura de novas filiais e a realização de outras campanhas similares à de 2011, sem é claro deixar de oferecer produtos mais completos e serviços cada vez melhores, facilitando desta forma o crescimento e relacionamento junto à seguradora.

Tudo o que seu cliente espera de você: soluções em seguros para o transporte de mercadorias.

CASO DESIGN COMUNICAÇÃO

O Porto Seguro Transportes oferece produtos que atendem às necessidades específicas dos embarcadores, de acordo com o porte da empresa e as características da carga. O Transportes Mais Simples e o Transporte Nacional garantem indenização em caso de acidente (colisão, capotagem, tombamento, entre outros), roubo ou desaparecimento total da mercadoria. Conheça mais sobre esses seguros.

Transportes Mais Simples

Um seguro para micro e pequenas empresas, que dispensa a comunicação de embarque (averbação), com valor fixado e precificação de acordo com o tipo de mercadoria. Pode ser pago em até 4 parcelas, sem juros. Oferece ainda guincho gratuito para remoção do veículo transportador.

Transporte Nacional

Coberturas adequadas para empresas de vários segmentos. Possui sistema de averbação eletrônica (via web), permitindo mais controle e agilidade ao cliente.

Transportes Monitorados

Rastreamento de cargas com monitoramento de veículos 24 horas, que utiliza recursos de tecnologia avançada. Sistema integrado que permite agilidade na liberação da viagem e no pronto atendimento. Oferece ainda outros serviços, como administração de riscos e ações complementares de segurança.

Para saber mais, consulte seu gerente comercial.

Transportes



**PORTO
SEGURO**
SEGUROS

CNPJ: Porto Seguro Companhia de Seguros Gerais: 61.198.164/0001-60, Porto Seguro Proteção e Monitoramento Ltda.: 02.340.041/0001-52. Processo SUSEP: Transportes Mais Simples - 15414.001895/2008-71, Transportes Nacional e Internacional (Aquaviário, Aéreo e Terrestre) - 15414.000955/2008-38. O registro deste plano na SUSEP não implica, por parte da Autarquia, incentivo ou recomendação à sua comercialização.

Tempo Assist lança canal para atendimento a denúncias de fraudes pela internet

A Tempo Assist lançou um canal de denúncia de fraudes pela internet. Disponível para prestadores de serviço, clientes e beneficiários do Grupo Tempo Assist, a ferramenta permite o relato de qualquer comportamento ou fato prejudicial à companhia e aos serviços oferecidos, ou ainda que fira o Código de Ética e Conduta da empresa.

O canal aceita registros de modo anônimo ou identificado – este último voltado para os casos em que o relator concorde em ser

contatado para esclarecimento de dúvidas sobre a situação relatada. As informações recebidas são tratadas com confidencialidade e acessadas somente pelos profissionais envolvidos na apuração e do Comitê de Ética.

”A iniciativa reforça o compromisso com a ética e as melhores práticas de Governança Corporativa, além de aumentar a transparência no relacionamento com nossos públicos de interesse” completa Marcos Couto, presidente da Tempo Assist.

Pré-sal é a porta de entrada para alavancar o setor de resseguros

Com previsão de investimento de aproximadamente US\$ 53,4 bilhões até 2015, a exploração do pré-sal é a grande oportunidade para o setor de resseguros no Brasil. O tema foi um dos destaques no I Encontro de Resseguro do Rio de Janeiro, realizado no final de outubro.

De acordo com Luis Felipe Pellon, do Pellon & Associados, escritório de advocacia especializado em resseguros, “o mercado está se mostrando um grande parceiro para a atividade de exploração do petróleo, porque toda essa cadeia é passível de seguro e resseguro, o que vai implicar em um grande desenvolvimento para o nosso setor”, comemorou.

Somente a Petrobrás deve instalar mais 19 novas unidades de produção nos próximos anos, com custo estimado em US\$ 1 bilhão cada. Isso sem contar o valor já segurado pela Companhia que chega a US\$ 160 milhões. “As atividades de exploração de petróleo geram um volume de prêmios



Luis Felipe Pellon, do Pellon & Associados

muito significativos porque envolve toda a cadeia de desde a produção, operação, distribuição, riscos de engenharia, entre outros”, concluiu Pellon.

Segundo dados da Superintendência de Seguros Privados (SUSEP), de janeiro a julho deste ano, o setor de resseguros foi responsável pelo movimento de mais de R\$ 1,5 bilhão.

Aon expõe Troféu do Manchester United



Raul Nacher, Marcelo Munerato e Marcelo Borges, da Aon Hewitt

A Aon corretora mundial de seguros e maior patrocinadora do clube inglês Manchester United, deu um presente aos seus clientes e parceiros em 20 de outubro, no Hotel Unique (SP), durante o Seminário da Aon Hewitt TransformaRHoje: os participantes do evento puderam tirar fotos ao lado do cobiçado troféu do Premier League - o título de um dos mais caros e importantes campeonatos mundiais de futebol.

A passagem do Premier League por São Paulo fez parte de um tour pela América Latina promovido pelo clube inglês. Antes de ir para o Seminário da Aon Hewitt – que reuniu os principais executivos de RH do Brasil - o troféu ficou à disposição dos fãs no Consulado Britânico.



100% garantido
que sua mulher
vai adorar.



100% garantido
que seu vizinho
vai reclamar.



100% garantido
que seu cliente
vai ficar satisfeito.

Garantia de Serviços SulAmérica. Mais um motivo para indicar o seguro com menos aborrecimentos do mercado.

O Seguro Auto SulAmérica é o único do mercado que oferece certificado de garantia dos serviços utilizados. Agora, todo reparo realizado no C.A.S.A, nosso Centro Automotivo de Super Atendimento, tem qualidade assegurada. Um compromisso SulAmérica para dar ainda mais tranquilidade a você e aos seus clientes.

Se aborrecer pra quê?

SulAmérica
associada ao **ING**

Liberty disponibiliza apólices via smartphone e tablet



Liberty traz tecnologia a serviço do segurado

Os segurados da Liberty Seguros já podem ter acesso via smartphone e tablet ao menu “Meu Espaço”, uma ferramenta locada no site institucional da companhia em que o segurado

tem acesso a todas informações sobre suas apólices de seguro. O objetivo é permitir mais agilidade, eficiência e segurança ao reunir, em ambiente exclusivo, todas as informações de inte-

resse do segurado, como download de manuais, dados da apólice (vigência), serviços adicionais contemplados na apólice, entre outras informações.

Por meio da ferramenta também é possível visualizar os pagamentos realizados (assim como os que estão em aberto) e comunicar sinistro. “Queremos oferecer mais comodidade aos clientes para que, em poucos cliques, ele tenha acesso a todas as informações sobre o produto que contratou”, afirma Adriana Gomes, diretora de Marketing da Liberty.

A versão para desktop do “Meu Espaço” também foi reformulada com a identidade visual da Liberty Seguros. A empresa ainda prevê o desenvolvimento de novos serviços para a seção. A página inicial do Meu Espaço pode ser acessada no endereço <http://www.libertyseguros.com.br/meuespaco>.

Classic reinaugura filial carioca



Danilo Sobreira, Hélio Loreno, Elizabeth Silva (gerente administrativo financeiro), Clécio Fontoura

A Classic Seguros reinaugurou, no fim de outubro, sua filial no Rio de Janeiro. O escritório ganhou estrutura mais moderna e funcional. Segundo o gestor comercial, Clécio Fontoura, “o

nosso espaço novo é bastante confortável nas instalações da nossa filial”,

Fontoura adianta que a empresa pretende expandir seu market share no mer-

gado carioca. “Nosso objetivo é ter uma maior presença no Estado, concretizando novas alianças com corretores locais, representando produtos exclusivos desenvolvidos com as seguradoras parceiras”.

Para 2012, segundo o executivo, a corretora planeja ampliar os investimentos na formação de uma equipe de consultores nas áreas de vida e previdência, “visando melhor atender o mercado carioca que está com demanda crescente na aquisição desses produtos”.

O evento de reinauguração da filial contou com as presenças do diretor executivo da Classic Seguros e presidente do CSP-MG, Hélio Loreno; do presidente do CVG-RJ, Danilo Sobreira, personalidades do mercado como Loret Gachet e corretores parceiros.

1

*Um conselho:
Fazendo o que
gosta, sua equipe
trabalha mais
motivada.*

**Compartilhando experiências,
multiplicamos conhecimento.**

E também a motivação para superar metas e melhorar o relacionamento com nossos clientes e parceiros. Líder em prevenção de riscos, a Allianz oferece seguros para carro, casa, saúde e até para o que você nem imagina. Ofereça os seguros Allianz para seus clientes.

www.allianz.com.br

Com você de A a Z

Allianz 

HDI usa SOA para Vender Seguros Online

A HDI adotou o modelo SOA (Arquitetura Orientada a Serviços), com a utilização do barramento de integração Sonic ESB, da Progress, em uma solução governada através da plataforma Progress Actional. Com isto, a empresa consegue a máxima agilidade para publicar serviços de cotação e venda automatizadas, garantindo sucesso no sistema de negociações em seu portal de vendas “HDI Digital”.

Para garantir em bases técnicas este nível de serviço (SLA), a solução empregada necessitava prover visibilidade e monitoramento ao

longo de todo o processo, assegurando a governança das transações, desde a chegada das solicitações de orçamento até o envio das cotações para o corretor. De acordo com Ana Paula Soares, Diretora de TI da HDI Seguros, com esta solução, a HDI consegue garantir os índices de SLA praticados pelo mercado e, se necessário, rapidamente corrigir eventuais desvios”.

“Com a plataforma Actional de governança, a HDI consegue rastrear e identificar qualquer ocorrência de erro ou latência ao longo de todo o processo, sem qualquer intervenção

manual e sem ter que interromper as transações em andamento”, comenta Marcos Cezar de Primo Franceschini, Gerente Comercial da Progress.

A solução de negociações da HDI suporta todo o tipo de alarmes acionados por regras de negócio criadas pelos próprios gestores da estratégia comercial. Assim, se houver uma falha de cálculo ou um nível de conversões incompatível com os precedentes históricos, o sistema dispara alertas para as aplicações ou usuários envolvidos, a fim de que sejam tomadas providências para evitar a perda de negócios ou o estouro de prazos.

Grupo Bradesco Seguros vence Prêmio Profissionais do Ano



Cerimônia do Prêmio Profissionais do Ano da Rede Globo

O Grupo Bradesco Seguros conquistou o prêmio na categoria “Campanha Nacional”, do 33º Profissionais do Ano, promovido pela Rede Globo, com o case “Vai Que...”. Para Alexandre Nogueira, diretor da Bradesco Seguros, a premiação foi muito importante para Grupo e também para o Mercado Segurador, pois incentiva a popularização do seguro no País. A mesma campanha também recebeu o “Troféu Gaiivota de Ouro”, promovido pela revista Seguro

Total, em 30 de junho deste ano.

“A Campanha foi criada com o objetivo de simplificar a comunicação e facilitar a compreensão sobre a importância de se fazer seguro. Adotamos a expressão popular Vai Que... que nos aproximou ainda mais do dia a dia das pessoas. A conquista do Prêmio Profissionais do Ano é motivo de orgulho para todos os nossos colaboradores e nos indica que devemos continuar adotando a estratégia de inserir humor

e leveza à comunicação de seguros”, afirma Nogueira.

Ao todo, foram inscritas 1.312 peças no prêmio, com veiculação até 31 de março de 2011. O Grupo Bradesco Seguros estreou a campanha “Vai que...”, em 2010. Criada pela agência AlmapBBDO, o case foi eleito como a Melhor Campanha Publicitária em enquete promovida pela publicação Meio & Mensagem (M&M), no ano passado.

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

Mitsui Sumitomo patrocina o 2º Prêmio Instituto Pró-Cidadania de Responsabilidade Social

A Mitsui Sumitomo Seguros foi uma das patrocinadoras do 2º Prêmio Instituto Pró-Cidadania de Responsabilidade Social realizado no dia 26 de outubro, em São Paulo. O evento visa contemplar empresas pela responsabilidade na inclusão social e laboral de pessoas com deficiência e ou-

tras socialmente excluídas.

A Mitsui Sumitomo realiza diversos programas de Responsabilidade Social junto aos seus colaboradores, com o objetivo de apoiar e ajudar pessoas com necessidades especiais, das mais variadas instituições. Por esta razão, a MSS patrocinou este evento e fez questão

de assistir a premiação.

O Instituto Pró-Cidadania tem a missão de capacitar, treinar e dignificar pessoas especiais, ajudando a lutar contra os preconceitos e as dificuldades que a sociedade impõe.

A missão do IPC vai ao encontro a um dos valores da Mitsui Sumitomo Seguros, que é o respeito às pessoas.

Metlife lança cursos online para dentistas credenciados

A MetLife lançou em outubro o projeto MetLife Virtual School - plataforma de ensino que proverá cursos online para dentistas de sua rede credenciada formada por mais de 10 mil profissionais.

Os cursos, em formato de vídeo-conferência, têm duração de uma hora e são divididos em quatro módulos de 15 minutos. “A estrutura do curso foi concebida para que o dentista possa ajustar o tempo demandado pelo curso à sua disponibilidade e conveniência. Uma das vantagens dos cursos à distância é justamente a possibilidade de superar barreiras geográficas e temporais,

sem que isso comprometa o processo de ensino-aprendizagem e a qualidade do conteúdo ministrado”, diz Fábio Mas-saharu Nogi, Superintendente de Planos Odontológicos da companhia.

A companhia decidiu iniciar com temas relativos à gestão e marketing justamente por compreender que podem contribuir para suprir essa lacuna na formação de profissionais. O primeiro curso é “Gestão Prática na Clínica Odontológica Moderna”, ministrado pelo Prof. Roberto Porto Santos, titular da disciplina de Gestão e Planejamento Odontológico e da disciplina de Prática e Gestão de Resultados nas UNIPs de São Paulo, Sorocaba e Campinas. Já o segundo curso, cujo tema é “Fundamentos de Gestão e Marketing em Odontologia”, será conduzido por dois professores: Prof. Dr. Edgard Michel Crosato, Livre-Docente da Faculdade de Odontologia da USP e Professor Titular da Disciplina Gestão e Planejamento em Odontologia na USP; juntamente com a Profa. MSc. Leticia Mello Bezinelli, Mestre e Doutoranda pela USP, Professora do curso de Gestão Eficaz de Consultórios, da Fundecto-USP.

Fundación Mapfre promove Seminário Internacional



Com o objetivo de levantar soluções para a redução de acidentes com veículos de carga, a Fundación Mapfre realizou um Seminário Internacional, no dia 08 de novembro, dirigido pelo Diretor do Instituto de Segurança Viária da Espanha, Julio Laria de Vas.

Julio apresentou cases de importantes empresas europeias do setor de transportes de cargas, analisando suas ações para redução de acidentes e a viabilidade de se adotar essas medidas no Brasil.

O estudo faz parte do projeto Praise (Prevenção de Lesões e Acidentes de Trânsito para a Segurança dos Empregados), do Conselho Europeu para a Segurança nos Transportes (ETSC), cujo objetivo é conscientizar a necessidade da gestão da segurança viária nas empresas.



Fábio Nogi, Metlife

Com a **TEMPO SAÚDE** Seguradora, o corretor de seguros tem preço diferenciado e o melhor plano de saúde e odonto do mercado!

É isso mesmo, agora além de comercializar o melhor seguro saúde e o mais completo plano odontológico do mercado, a TEMPO SAÚDE Seguradora e a TEMPO DENTAL oferecem a você, corretor, condições mais que especiais para adquirir esses benefícios para sua equipe de funcionários.



ANS - nº 00.036-1

Procure o seu consultor comercial e confira mais este benefício que preparamos exclusivamente para você!

TEMPO SAÚDE Seguradora.
Sua saúde sempre bem acompanhada.



www.temposaude.com.br

BPO: gestão, eficiência e redução de custos para o mercado de seguros

Por Paula Witchert

O BPO - Business Process Outsourcing (em português: Terceirização de Processos em Negócios) foi tema do workshop BPO - Opção estratégica para a indústria de seguros, realizado em 19 de outubro, em São Paulo. O evento foi promovido pela Veganet e a ANSP – Academia Nacional de Seguros e Previdência, com apoio da Ayty CRM e Teleporte Tex Soluções e discutiu alternativas eficazes para o mercado.

O vice-presidente da ANSP, Paulo Miguel Marraccini, foi o responsável pela abertura do evento. Segundo ele, o objetivo da entidade é “congregar vários profissionais da área de seguros sem nenhuma filiação” para compartilhar conhecimentos e fomentar o crescimento do setor.

Jorge Abel Peres Brazil, presidente-CEO da Veganet e coordenador da Cátedra de Gestão da ANSP,

Divulgação



Jorge Abel Peres Brazil, da Veganet

introduziu o ciclo de palestras com o significado do assunto em questão. Em seguida, o Superintendente Geral da CNseg, Júlio Avellar realizou o primeiro painel com o tema Melhor Gestão de Custos. Logo depois, o diretor de desenvolvimento

da IBM, João Alceu de Lima falou sobre Eficácia na Execução; o presidente da Commodity Tecnologia, Jorge Tena abordou Capacidade na Gestão de Riscos e, para encerrar, o presidente da Tempo Assist, Marcos Aurélio Couto com Total Gestão de



Paulo Miguel Marraccini, Júlio Avellar, João Alceu de Lima, Marcelo Morilla, Nilton Molina, Ana Maria Monteiro, Vilnor Grube e Jorge Abel Peres Brazil



Mediadores e palestrantes debateram as soluções de BPO para o mercado de seguros

Riscos.

O evento também contou com debates após os dois primeiros painéis e ao final. Para mediar: Nilton Molina, presidente da Mongeral Aegon Seguros; Ana Maria Monteiro, presidente e fundadora do Grupo AM3 – Consultoria Empresaria, Vilnor Grube, editor-chefe da revista Cliente S/A e Marcelo Morilla, diretor de TI e infraestrutura da Veganet. Os debates também contaram com perguntas do público aos palestrantes.

Abel traçou uma trajetória da utilização do BPO no mercado de seguros desde 1990 através dos canais de distribuição, venda e SACs. Segundo ele, é um setor que “possui uma postura conservadora e austera”. De acordo com Abel, o BPO traz redução de custos de 15 a 25% e, por questões estratégicas, inclusive de crescimento “é uma questão de sobrevivência para o mercado de seguros”.

Segundo Avellar, o gerenciamento é mais importante do que o custo. Para

ele, “o produto do mercado de seguros não é tangível e o diferencial é o canal de distribuição e o próprio produto”. Marcos acredita que o BPO só pode ter sucesso se feito sem abdicar dos valores da empresa. “É preciso de Core Business (foco no negócio), porque o cliente vê o processo por inteiro e não uma parte”.

Os palestrantes e mediadores também ressaltaram a importância de avaliar o parceiro que fará o BPO. Ana enfatizou que é essencial verificar a qualidade dos serviços e não pensar apenas no custo. Para Marcelo, em se tratando de call center, o ideal é “contratar as pessoas adequadas ao perfil do cliente e arredondar o que ele quer antes de fechar o contrato”. Lima acrescenta que “dividir todas as atividades em tarefas e subtarefas é o diferencial perante a concorrência”.

Sobre o sucesso do BPO atrelado à qualidade de serviços dos parceiros, Abel exemplifica: “a Veganet

optou pelo BPO para o call center, agregando valor com pessoas, conhecimento e operação. A nossa proposta é oferecer qualidade, flexibilidade e gestão de pessoas. Os nossos operadores são exclusivos para cada cliente”. Ele ainda comenta que as seguradoras precisam avaliar as necessidades dos novos clientes potenciais e desenvolver produtos competitivos considerando opções e processos diferenciados. “O ideal é não buscar apenas um prestador de serviços mas um parceiro que tenha valores e conceitos aderentes aos da sua empresa”.

Para Molina, o tema faz parte dos meios para se atingir a meta estabelecida de 7,5% do potencial para o setor de seguros. “O assunto não é singular, ele está inserido no contexto do plano estratégico do crescimento do mercado de seguros”. Ele também diz que é preciso abdicar dos paradigmas, já que “o mercado terceirizou bem mais precioso para o corretor, que é o cliente”.

A utilização do seguro de crédito em momento de crise

CesceBrasil e Serasa Experian realizam fórum para debater a Crise Econômica Mundial e as perspectivas para o mercado segurador



Manuel Alves, Guilherme Barros e Maurício Molan durante o evento

Por Elaine Lisboa

O aumento de sinais de desaquecimento nos Estados Unidos e Europa, o grande acúmulo de dívidas governamentais, o desequilíbrio fiscal e bancário e a instabilidade do mercado financeiro têm preocupado setores do mundo inteiro. Esse contexto da recente crise financeira tornou propício o tema do seguro de crédito, importante ferramenta que protege contra o risco de inadimplência ou atrasos.

Com o assunto em pauta, a CesceBrasil e a Serasa Experian realizaram o primeiro fórum em conjunto para discutir o tema “Crise Mundial: Conjuntura, perspectivas e gestão de riscos”. A abertura do evento foi realizada pelos presidentes das empresas.

Ricardo Loureiro, Presidente da Serasa Experian, destacou o objetivo do trabalho que terá periodicidade anual. “Queremos contribuir para o crescimento das empresas e desen-

volver abordagens técnicas para aperfeiçoar negócios. Esse é um trabalho inicial, mas nossa expectativa é falar sobre diversos temas que surgirão, apontando medidas de resoluções técnicas e específicas”.

Enrique Asenjo, Presidente da CesceBrasil, apontou a solidez do país e o momento propício para se aproveitar as oportunidades. “A economia brasileira vive um de seus momentos mais prósperos; A Classe C dobrou de tamanho nos últimos 10 anos, mas para que o país continue prosperando,

é necessário aproveitar ao máximo as oportunidades”.

O evento se dividiu em dois blocos. No primeiro, Manuel Alvez, Diretor de Administração Internacional do Grupo Cesce, apresentou um panorama sobre a “Visão Europeia da Crise Econômica e Mecanismos de Proteção” e o economista-chefe do Banco Santander, Maurício Molan, abordou a “Crise Financeira Internacional”. Alvez enfatizou que “o mercado segurador precisa aproveitar esse cenário para divulgar a cultura do seguro de crédito, pois as empresas sentem mais necessidade em momentos de crise”.

No segundo bloco, o economista da Serasa Experian, Luiz Rabi, abordou o tema “Os impactos da crise mundial sobre a economia brasileira” e Marcos Augusto Evangelista, da Suzano Papel e Celulose, expôs o ponto de vista do exportador brasileiro na crise mundial.

O evento foi mediado pelo jornalista e colunista de negócios Guilherme Barros e, no encerramento da programação, o economista Daniel Nobre, Diretor Comercial da CesceBrasil, e Claudia Tazitu, Diretora de Segmento Indústria, da Serasa Experian, fizeram breves apontamentos sobre as perspectivas para a economia brasileira.



Auditório Fórum CesceBrasil

VESTIBULAR 2012 | Graduação em Administração com linha de formação em Seguros e Previdência.



AS OPORTUNIDADES JÁ EXISTEM.
DESCUBRA COMO APROVEITÁ-LAS.



A Escola Superior Nacional de Seguros conta com infraestrutura de primeira. Através do curso de Administração com linha de formação em Seguros e Previdência, você estará preparado para trabalhar nas melhores empresas nacionais e multinacionais, e também poderá concorrer a vagas no mercado de seguros e previdência, que está entre os que mais crescem no País. Inscreva-se e torne-se um profissional completo.

Inscrições abertas - Prova dia 15 de janeiro de 2012 - www.esns.org.br - 0800 025 3322
Rio de Janeiro: R. Senador Dantas, 74, 2º andar, Centro • São Paulo: Av. Paulista, 2.421, 1º andar, Consolação



ESCOLA SUPERIOR
NACIONAL DE SEGUROS
FUNENSEG

Tecnologia é o tema da Fenatran 2011

Empresas lançam produtos inovadores que garantem a segurança e tranquilidade de motoristas e empregadores

Por Elaine Lisboa

A Fenatran, considerada como um dos cinco maiores eventos do mundo na área de produtos e serviços destinados a transportadores de cargas e operadores logísticos, promoveu de 24 a 28 de outubro a 18ª edição do Salão Internacional do Transporte, no Pavilhão de Exposições do Anhembi. A Feira contou com lançamento de diversos produtos voltados ao seguro transporte e reuniu aproximadamente 365 expositores de 15 países.

Participando pela primeira vez do evento, a Vision4you divulgou o C2-270, uma câmera inteligente fixada no para-brisa do veículo pelo lado interno, que analisa o trânsito e alerta o motorista com até 2.7 segundos de antecedência sobre uma possível colisão, dando tempo suficiente para que consiga evitar um acidente.

Segundo o Gerente de Negócios da Vision4you, Erlon Lesário, a empresa está disposta de uma ótima procura pelo produto, pois “é a única companhia que oferece um tipo de segurança que efetivamente evita o acidente. A nossa expectativa é adquirir um bom retorno nos primeiros 60 dias após a Feira”.

Na Fenatran, a Zatix optou em utilizar a marca Ominilink, que possui maior foco no mercado de transporte de carga, com soluções de rastreamento, logística e telemetria. Alexandre Cifarelli, Gerente de Comunicação e Marketing da Zatix, evidenciou a parceria da empresa com a MAN Latin America (Volkswagen Caminhões), para desenvolvimento do Volksnet, produto de rastreamento e gestão de frotas para a linha de caminhões



Alexandre Cifarelli, da Ominilink

Constellation, com a tecnologia de Telemetria e Inteligência Embarcada.

Cifarelli também comentou sobre a Telemetria Ominilink, que permite total gerenciamento de desempenho do veículo e performance de dirigibilidade do motorista, proporcionando maior controle com gastos de manutenção da frota e valorizando bons profissionais.

O Gerente apontou a importância do evento para o contato com clientes. “Nosso estande está cheio a semana inteira. Reuniões difíceis de marcar devido a correria do calendário são realizadas durante a Feira. Todos os nossos clientes passam por aqui e sempre sai alguma venda, mesmo este não sendo o foco principal”, comentou.

Já a 3T Systems mostrou seu portfólio de soluções para gestão de frotas em logística e segurança de carga, que atende às necessidades no que diz respeito a roubo de cargas, acidentes e

tombamentos com caminhões.

Os principais destaques da empresa foram o 3T Inovação, que analisa e compara o comportamento dos condutores; o 3T Logística, que monitora todos os pontos e rotas que o veículo percorreu, identificando se entregas e coletas foram realizadas de acordo com o planejado pela empresa; e o dispositivo Anti-Jammer, que opera como um sensor, caso haja falta de sinal em um determinado tempo, ele realiza o seu bloqueio progressivo, impedindo ações criminosas.

Eduardo Meirelles, Gerente de P&D da companhia, destacou que a “3T Systems é uma empresa jovem e, por isso, marca presença na Fenatran para propor soluções diferentes. Nós temos a comunicação sem fio com os adaptadores e sensores, pois segundo pesquisas, 44% dos insucessos de recuperação de carga de veículos monitorados são devido a uso de jammer ou vandalismo, que é o corte de fios, fazendo com que os rastreadores deixem de funcionar. Pensando nisto,



Eduardo Meirelles, da 3T Systems

desenvolvemos uma forma de nossos equipamentos se comunicarem sem fio com cada atuador de sensor”.

Em parceria com a Ford Caminhões, a Autotrak apresentou durante a Feira o novo sistema de rastreamento, logística e telemetria FordTrac, fruto de um projeto que vem sendo desenvolvido há três anos pelas empresas. Nele, o próprio caminhão passa a ser um dispositivo de rastreamento.

O produto, lançado em primeira mão na Fenatran, traz um novo conceito de blindagem eletrônica. A partir do momento em que o equipamento Autotrak se acopla a um módulo de caminhão Ford, ambos se tornam partes interdependentes. No caso de violação em qualquer ponta desse sistema, o caminhão troca mensagens criptografadas entre diversos módulos, perde potência, para e não liga mais.

O Gerente de Mercados da Autotrak, Paulo Barrachina, disse que “não existe no mundo um projeto desse nível de segurança. Ele traz ao mercado um conceito de blindagem eletrônica com três alicerces fundamentais: segurança, logística e telemetria. Se trata de um novo patamar no mercado de rastreamento e caminhões com o lançamento do sistema FordTrac”.

Apresentando o IsatData PRO,



Paulo Barrachina. da Autotrak



Carlos Affonso Sartore Salles, da OnixSat e Kate Montgomery, da Inmarsat

anunciado desde agosto deste ano, a Onixsat participa do evento divulgando o produto que permite mensagens de texto livre via satélite com baixo custo, utilizando a rede de alta órbita Inmarsat e disponibilizando um serviço de comunicação com mais segurança e potencialização de monitoramento.

De acordo com Carlos Affonso Sartore Salles, o lançamento do produto no Brasil foi realizado durante a Fenatran com a ideia de “trazer uma redução de custo operacional para os clientes. A principal característica desse produto é o baixo custo para a disponibilização do serviço”.

Junto ao estande da OnixSat, a Inmarsat foi representada por Kate Montgomery, Gerente de Serviços da empresa para a América. “Temos outros sistemas de rastreamento, mas o IsatData PRO representa uma mudança, porque se pode transmitir 30 vezes mais do que os outros sistemas que existem agora no mercado. Diferentemente dos outros, o IsatData PRO transmite a mensagem em tempo real, o que é muito importante para uma

situação de emergência. Outros sistemas não oferecem essa segurança em situações de perigo”.

A Sascar expôs durante a Feira um sistema de soluções de Biometria, que realiza o reconhecimento facial do condutor do veículo. O sistema cria um cadastro da face do motorista, armazenando em um banco de dados, desta forma, a partida do motor só é liberada quando os traços principais do rosto são identificados. Durante o evento, os visitantes puderam experimentar o equipamento instalado em um mini-Porsche.

A empresa também realizou diversos lançamentos como o aplicativo para iPhone, desenvolvido para clientes que desejam acesso rápido para a localização de seu veículo; o SasCarga Light, que habilita profissionais autônomos e proprietários de frotas reduzidas a gerenciar e monitorar o veículo durante o transporte; o SasCarreta, sistema que localiza carretas durante o transporte de balsas ou no período de espera nos entrepostos; e o Sascar Telemetria, tecnologia que

permite controlar a jornada de trabalho dos motoristas, com o tempo exato de direção, pausas para descanso, além de possíveis infrações.

Segundo o Presidente da Sascar, Marcio Tabatchnik Trigueiro, a empresa “está com uma presença muito forte na Feira, o que é compatível com o nosso crescimento. Somos a empresa que mais cresceu no mercado dentre as de maior porte. Estamos trazendo inclusive várias inovações em Biometria e temos um plano de investimentos de R\$ 200 milhões entre 2011 e 2014”.

Apresentando seu portfólio de produtos, a Pósitron forneceu em seu estande mais informações sobre telemetria e um game virtual para entreter o público, o participante que respondesse em menor tempo quatro questões sobre a tecnologia ganhava um brinde.

A empresa apresentou seu novo teclado logístico integrado ao navegador, totalmente touch screen, com GPS integrado, alarme sonoro e virtual para eventos de excesso de velocidade e envio de rotas programadas; o Cyber PX 293@, conhecido alarme para automóveis; o SP8860 NAV, um



Marcio Tabatchnik Trigueiro, da Sascar



José Tabone Júnior, da Pósitron

centro de multimídia para carros com TV Digital, GPS e Bluetooth, que permite atender e realizar chamadas do celular; e os serviços de rastreamento e monitoração com cobertura em todo o território nacional.

Para comentar sobre alguns produtos esteve presente José Tabone Júnior, da unidade de Rastreamento da Pósitron. “Como sempre, a Pósitron traz inovações para a Feira. Este ano estamos trabalhando a parte de rastreamento para motos e veículos de baixo custo. Se trata de um rastreador de radiofrequência que trabalha com 900 MHz, GSM e RDS, trazendo muita segurança por apenas R\$ 39,90 por mês, preço mais barato do mercado”. O lançamento do produto foi realizado na região metropolitana de São Paulo, no interior até a região de Limeira e na Baixada Santista.

Tabone também fez apontamentos sobre o investimento da Pósitron em tecnologia de rastreamento com telemetria para empresas, tendo preocupação com sustentabilidade, segurança e economia. “Apoiado nesse tripé, nossos produtos utilizam ferramentas que os nossos clientes podem adquirir

para reduzir significativamente os acidentes, para criar sustentabilidade e economizar combustível, componentes e custos operacionais”.

Com o intuito de prestigiar a Fenatran e as empresas associadas, a Gristec (Associação Brasileira das Empresas de Gerenciamento de Riscos e de Tecnologia de Rastreamento e Monitoramento) também participou do evento.

O Diretor Executivo da associação, Wanderley Sigali, fez questão de apontar a importância do trabalho realizado na Feira. “Como entidade, nós temos mais de 96 associados do mercado, dos quais boa parte estão presentes, como a Ominilink, 3T, Sascar, Pósitron... Então, o motivo da nossa presença é prestigiar os associados e tratar de assuntos de interesses comuns para que o mercado tenha uma expressão, cada vez mais ganhe espaço e solidifique em termos de porcentual”, concluiu.



Wanderley Sigali, da Gristec

Consulta de protocolo

Consulta de Parcelas

Consulta de Quas

Comunicação Mensal

Visória

Consulta de Comissões

Cálculo Online

Painel de Pendências

Senha URA

Consulta de Endosso

Consulta de Endosso

Consulta de Endosso

Consulta de Endosso

Consulta de Endosso

Consulta de Endosso

Consulta de Endosso

Consulta de Endosso

Consulta de Endosso

Consulta de Endosso

Consulta de Endosso

Consulta de Endosso



BOM Te ver Bem

Nos Negócios.

NOVO Portal
do
Corretor

É por isso que lançamos o Novo Portal do Corretor, com novas funcionalidades, ambiente amigável, mais fácil de navegar e com mais agilidade. Seu trabalho ficou mais rápido e você tem mais tempo para prospectar, organizar finanças ou até mesmo para o merecido passeio com a família!

Entre os serviços já disponíveis no Portal, vale a pena destacar os novíssimos CÁLCULO ONLINE AUTO e o CÁLCULO DE ENDOSSO AUTO, agora a maneira mais rápida de você fechar seus negócios com a Marítima e fidelizar seus clientes!

Confira! www.maritima.com.br > Sou Corretor

Marítima
seguros

Siga a Marítima nas redes:



www.bomteverbem.com.br

Colemont promove coquetel e beneficia crianças com câncer

Evento realizado no 1º dia do IX Seminário Internacional da ABGR contou com a participação do presidente mundial do grupo AmWINS e da Fundação do Câncer

Por Elaine Lisboa

A Colemont Brasil, empresa do Grupo AmWINS, realizou coquetel da Expo Risco 2011 – IX Seminário Internacional de Gerência de Riscos e Seguros, promovido pela Associação Brasileira de Gerência de Riscos (ABGR). Durante a festa, a empresa divulgou o trabalho realizado pela Fundação do Câncer e incentivou doações para ajudar crianças acometidas pela doença.

O discurso de abertura foi realizado pelo Presidente da Colemont Brasil, Eduardo Lucena, que agradeceu a presença de todos ao evento, destacando também os bons resultados da companhia. Para prestigiar o evento e palestrar na Expo Risco compareceu o Presidente Mundial do Grupo AmWINS, Skip Cooper.

O evento faz parte do apoio da Colemont a uma parceria firmada pela St. Baldrick's, organização não gover-



Luis Nagamine, escolhido para raspar os cabelos



Felipe L. Moura, Eduardo Lucena, André Saigh, Luis Nagamine, Dalve Ortolani, Skip Cooper e João Barará

namental que mais arrecada fundos para o combate ao câncer nos Estados Unidos, e a Fundação do Câncer, criada há 20 anos, voltada à prevenção e controle da doença.

Para chamar a atenção dos participantes, foi incluída uma votação para escolha de um voluntário a ter os cabelos raspados em solidariedade às crianças. Na “disputa” estavam executivos da Chartis, Colemont, Liberty Seguros e SulAmérica. Luis Nagamine, executivo da Colemont, foi o escolhido.

Representando a Fundação do Câncer estiveram presentes a Dra. Sima Ferman, responsável pelo serviço de Oncologia Pediátrica do INCA e Bianca Rezende, assessora de Relações Institucionais da Fundação do Câncer.

Segundo a Dra. Sima, anualmente cerca de 160 mil crianças são acometidas por câncer no mundo. No Brasil, a doença representa a segunda causa de morte entre 1 e 19 anos de idade, sendo

ultrapassada apenas por casos de acidente. “O diagnóstico do câncer traz um impacto muito grande na vida do paciente, de seus familiares e também de todos nós. Nessa caminhada, compartilhamos muitos sentimentos, muitas vezes contraditórios, como dor e alegria, angústia e consolo, perdas e conquistas, mas nós aprendemos a sempre fazer o nosso melhor”.

A Dra. Sima agradeceu a equipe da Colemont e de todos os participantes do evento que puderam fazer doações para a Fundação. “Nós agradecemos muito a todos vocês, que participam dessa iniciativa, contribuindo para que um número de crianças cada vez maior seja curado do câncer. Somente através da pesquisa no nosso país, adequando as características da doença em nosso meio, será possível combatê-la e aumentar cada vez mais o número de crianças que venham a ser curadas do câncer”, concluiu.



**EM 2012,
CONTE COM A
NOSSA FORÇA!**

No ano de 2011 atingimos nossas metas, crescemos muito e nos fortalecemos.

Agora mais fortes, para 2012 queremos proporcionar a todos vocês, nossos corretores, ainda mais força rumo aos seus objetivos.

**Boas festas e um
Forte ano novo!**



Melhores serviços, mais seguro



www.yasuda.com.br

CNseg e Cetip lançam solução ágil para pagamento de indenização integral

Primeiro lançamento em sinergia entre as duas unidades, o Silag® oferece redução no tempo do processo de indenização por perda total de veículos financiados via CDC ou leasing e segurança na liberação do gravame

A Confederação Nacional das Empresas de Seguros Gerais, Previdência e Vida, Saúde Suplementar e Capitalização (CNseg) e a Cetip, maior depositária de títulos privados de renda fixa da América Latina e a maior câmara de ativos privados do País, lançam serviço inédito que co-

necta instituições financeiras e seguradoras.

O Sistema de Liquidação Automática de Gravames (Silag®), como foi chamado o produto, automatiza e proporciona mais agilidade e segurança aos processos de



Júlio Avellar, superintendente-geral da Central de Serviços e Proteção ao Seguro da CNseg



Roberto Dagnoni, diretor executivo da Unidade de Financiamento e de Novos Negócios da Cetip

pagamento de indenização integral (perda total) a proprietários de carros financiados, reduzindo pela metade o tempo para pagamento ao cliente final (sinistrado).

“O Silag® possibilita que os processos de indenização integral ganhem um padrão de comunicação informatizado em que o pagamento efetivo é mais rápido e dinâmico, tornando mais simples a comunicação entre seguradoras e instituições financeiras”, aponta o Diretor Executivo da Unidade

de Financiamento e de Novos Negócios da Cetip, Roberto Dagnoni.

O conceito protege as instituições contra eventuais falhas na entrega dos títulos ou no pagamento, assegurando que as operações somente sejam finalizadas caso os títulos estejam efetivamente disponíveis na posição do vendedor e os recursos relativos a seu pagamento disponibilizados integralmente pelo comprador.

Segundo o Superintendente Geral da Central de Serviços e Proteção do Seguro da CNseg, Julio Avellar, “o grande ganhador é o consumidor pela velocidade, conforto e segurança”.

Rádio Imprensa FM 102,5

A Grande Jornada pelo
Mundo dos Seguros

Às segundas-feiras, das 7 às 8 horas

Apresentação: Pedro Barbato Filho





tempo



tempo



med-lar



tempo



tempo



tempo

Sua melhor solução.

Conheça as empresas do GRUPO TEMPO ASSIST e comprove:

TEMPO SAÚDE Seguradora: mais de 80 mil segurados, 30 mil opções de atendimento em todos o País, amplo portfólio de produtos e soluções customizadas. **TEMPO DENTAL:** 4ª maior operadora odontológica do Brasil, atende mais de 660 mil sorrisos em mais de 25 mil opções de atendimento pelo Brasil. **TEMPO USS:** líder nacional em assistência 24 horas, atende mais de 15 milhões de clientes com seus mais de 20 mil prestadores de serviço em todo o território nacional. **TEMPO CRC:** líder no segmento de serviços tecnológicos e administrativos em saúde, com soluções totalmente customizadas às necessidades de cada cliente, abrangência nacional e mais de 1,5 milhão de vidas atendidas. **MED-LAR:** cuidando de pacientes em domicílio desde 1993, é líder nacional em Atenção Domiciliar com a maior cobertura geográfica do setor, 35 mil visitas domiciliares por mês, modelo de gestão flexível baseado em cases managers e equipes médicas.

Com mais de 10 anos de atuação e mais de 2,5 mil funcionários, a TEMPO ASSIST possui um portfólio completo de soluções em SAÚDE, ODONTO e ASSISTÊNCIAS.

TEMPO ASSIST. Sua parceira em SAÚDE, ODONTO e ASSISTÊNCIAS.



tempo
ASSIST

www.tempoassist.com.br

Bradesco Seguros lança venda de seguros online

As apólices poderão ser comercializadas via celular ou POS



Eugênio Velasques apresenta serviço inédito em coletiva de imprensa

Por Paula Witchert

Com uma atitude inovadora, o Grupo Bradesco Seguros inicia o processo de venda de seguros por tecnologia móvel através de parceria com a Vayon Insurance Solution - empresa de tecnologia e negócios especializada em seguros - responsável pelo desenvolvimento da ferramenta, com projeto iniciado em 2008. Destinado à população urbana de baixa renda, o serviço será disponibilizado aos corretores para facilitar a comercialização dos produtos, principalmente em cidades do interior, sem burocracias. Segundo Eugênio Velasques, diretor executivo do Grupo Bradesco Seguros, “isso dá uma mobilidade de serviços muito grande ao corretor”.

O sistema é bastante simples: no caso do telefone móvel, o corretor envia um SMS para o cliente contendo o código do produto, o CPF, número do celular com DDD e o

CEP. O proponente recebe a mensagem e a solicitação de confirmação da compra do seguro. A operação é conectada ao sistema da Bradesco Seguros que faz automaticamente todo o processo de subscrição através dos dados mencionados. Se não houver nenhuma objeção, o

cliente recebe uma confirmação com o número da apólice.

No POS (point of sales), a transação acontece de forma similar, a diferença está no contato presencial do cliente, que recebe no ato da aprovação do seguro, um comprovante com os dados da apólice. O pagamento será efetuado no ato com cartões de crédito ou débito. O mesmo ocorre na operação via celular. Além disso, o cliente pode visualizar seus dados através de site personalizado, que também pode ser conectado com as principais redes sociais para facilitar o acesso.

Depois de concretizado, o novo segurado recebe a apólice no endereço solicitado, respeitando as normas da Susep. De acordo com Velasques, este processo pode ser alterado caso seja permitido pela regulamentação de microsseguros, prevista para junho de 2012.

O grupo segurador disponibilizará máquinas especiais e exclusivas

de POS para realizar as transações. No caso dos celulares, serão habilitados todos os aparelhos que contenham tecnologia SMS, pós-pagos ou pré-pagos que, inclusive, poderão enviar as mensagens mesmo que não tenham crédito. Futuramente, a companhia também pretende tornar o serviço acessível também através da internet e TV digital.

A iniciativa faz parte do projeto “Proteção Bradesco Fácil Acesso”, vencedor do concurso Innovation Grants 2011, promovido pela Microinsurance Innovation Facility – integrante do Programa Social Financeiro da Organização Internacional do Trabalho (OIT), especializada na promoção de microsseguros. O reconhecimento rendeu ao Grupo Bradesco Seguros cerca de R\$ 400 mil de incentivo. O investimento total do projeto chegou a R\$ 4 milhões.

Com a nova ferramenta será possível adquirir serviços com agilidade, segurança e facilidade e, inclusive, reduzir custos de aquisição do seguro, que segundo Velasques, podem chegar a 50% das despesas operacionais e administrativas.

Por enquanto, três produtos fazem parte da cesta de opções oferecidas via tecnologia móvel: Primeira Proteção Bradesco – seguro de acidentes pessoais com capital segurado de R\$ 20 mil e pagamentos mensais de R\$ 3,50; Tranquilidade Familiar Bradesco – que inclui assistência funeral, com pagamentos de R\$ 5 por mês; e Vida Segura Bradesco – com cobertura por morte acidental ou natural, com pagamentos mensais a partir de R\$ 9,94. Neste primeiro momento é necessário

que o cliente possua conta em qualquer banco para adquiri-los através da nova ferramenta.

O projeto piloto inicia em dezembro deste ano com corretores do “Projeto Estou Seguro no Morro Dona Marta”, no Rio de Janeiro e em bancas de jornais da Avenida Paulista e proximidades, processo também coordenado por corretores. A partir de janeiro de 2012, o serviço passa a ser oferecido por correspondentes bancários com funções que atendem

à regulação da Susep. A proposta do grupo segurador é ampliar o serviço por todo país até o final de 2012.

O Brasil atualmente possui 220 milhões de celulares habilitados e, segundo pesquisa da Fundação Getúlio Vargas, o setor deve abarcar 100 milhões de novos segurados em 2012. Com o lançamento, a expectativa da Bradesco Seguros é aumentar sua base segurada e alavancar ainda mais a expansão do mercado. Velasques comenta que, além de

fomentar a economia do país e da relevância com o ingresso de novos segurados, o objetivo é trazer “ferramentas complementares aos corretores” e promover a inclusão social.

De acordo com Wladimir Chinchio, diretor de operações da Vayon Insurance, a novidade tem como “palavras-chave: acessibilidade, conceito e venda sem barreiras”. Para Velasques, além de tudo, a proposta “tem uma função social muito grande”.

Mapfre destaca a importância do corretor de seguros



Em almoço realizado no dia 08 de novembro, no Clube dos Corretores de Seguros em São Paulo, a Mapfre Seguros falou sobre a importância dos corretores, os desafios em relação ao mercado e a utilização da internet como ferramenta de aproximação e dinamismo com o cliente.

Representando a seguradora, esteve presente o Diretor Geral Territorial Grande São Paulo, Jonson Marques, que destacou ser necessário o corretor estar bem para que a estrutura comercial de cada seguradora também esteja.

Segundo Marques, mesmo com o

momento favorável da economia brasileira, o mercado de seguros possui desafios, como o elevado número de corretores com baixa formação e pouco desenvolvimento empresarial e a mudança do perfil do consumidor, que se tornou mais exigente, cobrando sempre produtos de qualidade com velocidade.

“Esses desafios têm nos assolado e, por isso, estamos criando grupos de trabalho para desenvolver estratégias, fazendo com que o corretor possa sustentá-los”, destacou.

Marques encerrou alertando que as

seguradoras precisam se preparar para momentos de escassez e dificuldades, mesmo que o mercado esteja passando por bons períodos da economia brasileira.

“Cabe às seguradoras e cabe à Mapfre se preocupar com tempos de dificuldade. Ele pode acontecer daqui a 15 ou 10 anos, como pode ser daqui a 5 anos. É uma preocupação nossa de que os profissionais que estiverem conosco possam de fato acreditar em seu patrimônio dentro da empresa. E nós iremos nos preocupar para que esse patrimônio seja proliferado”, concluiu.

Tokio Marine realiza Workshop sobre Grandes Riscos



Hitoshi Montegi

Por Paula Witchert

A Tokio Marine Seguradora promoveu em 27 de outubro, no Espaço Nobre, em São Paulo, o workshop “Expertise: Tokio Marine e você, em co-



Timothy Doonan

nexão global”. O objetivo era debater seguros de grandes riscos, visando às oportunidades de negócios relacionadas aos grandes eventos a serem realizados no Brasil como a Copa do Mundo, em 2014 e as Olimpíadas, em 2016.

Cerca de 60 convidados prestigiaram o evento que contou com importantes executivos da seguradora: Hitoshi Montegi, consultor executivo chefe da Tokio Marine Nichido, no Japão; Felipe Smith, diretor executivo técnico Corporate; Timothy J. Doonan, vice-presidente e gerente geral da Tokio Marine Claims Service, nos Estados Unidos e Olivier Huet des Aunay, gerente do departamento de risco de engenharia da Tokio Marine Insurance, na França. O workshop contou também com a participação de Paul Culham, subscritor de riscos do Kiln Group, da Inglaterra.

Os participantes da empresa receberam tablets para acompanhar as apresentações. A abertura ficou a cargo do presidente Akira Harashima. Segundo ele, “a grande demanda para a realização das obras de estruturação

e aceleração de crescimento para a Copa do Mundo e as Olimpíadas são muito favoráveis ao crescimento do mercado e à mitigação de riscos”.

Motegi falou sobre as tragédias que ocorreram no Japão no início deste ano na palestra “Risco Catastrófico” e ressaltou a importância do plano de continuidade de negócios (BCP), em que a empresa deve escolher previamente a prioridade entre suas atividades para dar continuidade às atividades em casos de risco. Outros temas também foram abordados como “Mitigação de Riscos Transportes” e “Mitigação de Riscos de Propriedades”, abordados, respectivamente, por Timothy e Olivier. A palestra de Paul Culham comentou sobre novos produtos no segmento Corporate.

Após o ciclo de palestras, os oradores se disponibilizaram para um bate-papo respondendo às perguntas dos presentes. Para encerrar, um happy hour regado ao som de quarteto de jazz para descontrair.



Olivier Huet des Aunay

INTELIGÊNCIA EM GERENCIAMENTO DE RISCO

Ampla estrutura em todo território nacional, com a qualidade comprovada dos nossos serviços.



www.buonny.com.br

Para mais informações, acesse o site ou ligue para (11) 5079-2501

Contamos com profissionais altamente qualificados, com mais de 15 anos de experiência no mercado de gerenciamento de riscos. Buscamos permanentemente novos conhecimentos e melhorias tecnológicas para detectar, prevenir e minimizar riscos.

BUONNY, SUA SEGURANÇA EM NOSSAS MÃOS.

.:buonny
projetos e serviços

Assembleia Legislativa do Estado de São Paulo homenageia corretores de seguros

Por: J. Francisco

O deputado estadual Barros Munhoz (PSDB-SP), presidente da Assembleia Legislativa, foi o idealizador da homenagem aos corretores de seguros, realizada em 14 de outubro, no auditório da entidade, pelo também deputado estadual Fernando Capez (PSDB-SP), que falou para os convidados e também para Canal Assembleia com audiência de 250 mil telespectadores por minuto.

Para Capez, “a profissão de corretor foi instituída há mais de 40 anos e sua obrigatoriedade legal da estrutura de seguros no Brasil busca consolidar a relação contratual entre Seguradoras e Segurados. É o corretor de seguros, ao longo do relacionamento, que leva em consideração as necessidades e possibilidades de seus clientes e prosseguem trabalhando por todo tempo de vigência da apólice,



em especial no atendimento a sinistros”.

O dia 12 de outubro foi escolhido como homenagem ao corretor durante o I Encontro Mundial dos Corretores de Seguros, realizado na Argentina no início da década de 70. No Brasil, a Lei 4.594 sancionada em 29 de dezembro de 1964, disciplina a profissão e estabelece que o corretor de seguros é o intermediário legal para promover contratos de seguros, entre as pessoas físicas e jurídicas de direito público ou privado.

Após a cerimônia, o Sincor-SP ofereceu um coquetel no Hall Monumental

da Assembleia. O sindicato foi fundado em 06 de fevereiro de 1934 por corretores, agentes e inspetores de seguros que se reuniam na Câmara do Comércio Importador, na Rua Boa Vista, para discutir a instalação de uma entidade profissional para a classe em São Paulo. Logo em seguida veio a sede própria, que ocupa 4 andares da Rua Líbero Badaró, no centro de São Paulo, onde estão instalados, presidência, diretoria e demais departamentos.

O presidente do Sincor-SP, Mário Sérgio de Almeida Santos, recebeu de Dona Ieda, considerada servidora pública modelo pelos seus 60 anos de assembleia, a homenagem em nome dos corretores de seguros. Em seguida, Mário Sérgio se dirigiu à Tribuna do Parlamento para suas considerações finais e agradecimentos ao preito realizado pelo deputado Fernando Capez.

Jorge Teixeira Barbosa é o novo presidente da Aconseg-SP



Aconseg-SP comemora oito anos

A nova diretoria da Aconseg-SP para o biênio 2011/2013 foi empossada em 25 de outubro durante cerimônia que comemorou também o oitavo aniversário da associação.

Para prestigiar o novo presidente, Jorge Teixeira Barbosa, que assume o cargo

após dois mandatos consecutivos de Luiz Gustavo Miranda de Sousa, estiveram presentes os principais executivos das seguradoras parceiras – Bradesco Auto/RE, Chubb, SulAmérica e Tokio Marine –, e das entidades do setor - Sincor-SP, CVG-SP, Clubes dos Corretores de São

Paulo, ABC, Osasco e da Mata Atlântica, e das Aconseg-RJ e RS.

“Hoje, a associação está consolidada. O Jorge tem agora um grande desafio. O mundo está mudando, o mercado também, e precisamos mudar. Esse é o desafio a partir de agora”, declarou Luiz Gustavo Miranda de Sousa.

No discurso de posse, Barbosa afirmou que ele e a nova diretoria darão continuidade aos objetivos da Aconseg-SP, de forma que as associadas tenham as melhores condições de atendimento na integração dos negócios junto às seguradoras, sempre com foco no maior princípio: proporcionar o há de melhor aos corretores de seguros.

Barros de Moura fala sobre Simplificação em Seguros

Por Paula Witchert

O diretor secretário da APTS e diretor e consultor sênior da Barros de Moura & Associados, Carlos Antonio Barros de Moura, realizou em 20 de outubro, a Palestra do Meio-Dia - tradicional evento da entidade - com o tema Simplificação em Seguros.

Durante a apresentação, Moura ressaltou que “o setor de seguros é tido como conservador” e comentou sobre a dificuldade em compre-



Barros de Moura na APTS

der o conteúdo das apólices devido à complexidade do texto. Segundo ele, há fatores que poderiam ser simplificados, inclusive nos processos, o que poderia “reduzir custos e trazer benefícios ao segurado”.

Além disso, de acordo com Moura, “fraudar seguros é um esporte universal” e falta de objetividade, muitas vezes, implica também nos processos judiciais. Para ele “buscar novas soluções com clareza e objetividade” é essencial para trazer ao mercado melhores resultados.

APTS coloca em pauta Seguro Residencial e de Automóvel

Associação Paulista dos Técnicos de Seguro (APTS) realizou seminário no dia 27 de outubro para debater problemas gerados pelo aumento recorde da frota de veículos. Temas como a falta de capacidade das oficinas de reparação para atender a demanda e o crescimento do número de fraudes em seguros de automóveis estiveram em destaque.

O seminário foi dividido em dois blocos. No primeiro, estiveram presentes para falar sobre “Seguro Residencial” o Diretor da Zurich Seguros, Jose Vicente Gomes, o Gerente de Sinistros da Caixa Seguros, Marco Antonio Jardim e o Superintendente da Santander Seguros, José Carlos da Silva.

Os executivos comentaram sobre a diversidade de produtos oferecidos para este segmento, os benefícios incluídos, recursos para o atendimento no momento do sinistro entre outros assuntos. A palestra foi coordenada pelo Diretor da Jopema

Serviços Técnicos de Sinistros, José Roberto Macéa.

Na segunda parte do evento foi abordado o tema “Seguro de Automóvel”, discutido pelo Diretor da HDI Seguros, Carlos Alberto Collino, pelo Diretor de Automóvel da Bradesco Seguros, Fernando Cheade e pelo Vice-Presidente da Tempo Uss, Gibran Marona.

Fernando Cheade tratou especialmente do crescimento da frota nacional de seguros nos últimos dez anos. De acordo com dados do Departamento Nacional de Trânsito (Denatran), no último ano o país registrou mais de 65 milhões de veículos, 20 milhões apenas em São Paulo. A cada ano, 3,5 milhões deles são incorporados à frota nacional.

Cheade comentou que esse aumento tem gerado uma situação nova ao setor de seguros: a falta de capacidade das oficinas de reparação em atender a demanda. “Serviços que eram executados em curto



Diretor da Jopema Serviços Técnicos de Sinistros, José Roberto Macéa

prazo, atualmente demoram 30 dias, 60 dias ou mais. Esse é um ponto de gargalo que tende a aumentar”.

Carlos Alberto Collino abordou “Fraudes em Seguros” e Gibran Marona destacou as novidades nos serviços de Assistência. O segundo painel foi coordenado pelo Diretor Geral da Audatex, Luiz Nassif.

Palestra aborda questões polêmicas do Resseguro

Seminário coloca em pauta assuntos delicados do mercado de Resseguros. Sergio Barroso de Mello apresentou o quadro histórico do setor, expôs a situação atual das resseguradoras e o desafio de lidar com as resoluções

224, 225 e 232, aplicadas abruptamente pelo governo brasileiro.

O tema foi discutido na Palestra do Meio Dia, realizada pela Associação Paulista dos Técnicos de Seguro (APTS). Sergio Barroso de Mello é

Presidente do Comitê Ibero Latino-americano da AIDA (CILA), Presidente do Grupo de Trabalho de Resseguro da AIDA – BRASIL e Sócio do escritório Pellon & Associados Advocacia.

Marítima participa do 8ª Tribuna Livre

No dia 31 de outubro, o Vice-Presidente da Marítima Seguros, Francisco Caiuby Vidigal Filho, foi o convidado da 8ª Tribuna Livre para apresentar os planos, resultados e investimentos da seguradora e tendências do mercado e produtos. O evento foi realizado no Circolo Italiano San Paolo e organizado pela Câmara dos Corretores de Seguros do Estado de São Paulo (Camaracor-SP).

O Vice-Presidente comentou sobre os desafios que a Marítima enfrentou durante o ano, os planos de investimento em tecnologia, que proporcionaram maior agilidade nos processos e ganhos expressivos na eficiência e gestão de dados, e os resultados signi-



Francisco Caiuby Vidigal Filho

ficativamente positivos que foram adquiridos, como o aumento de 515,5% no Lucro Líquido do 1º semestre.

Otteve destaque também o lançamento do Portal do Corretor, uma ferramenta de autoatendimento que permite ao profissional efetuar consultas e transações totalmente online e obter informações sobre os produtos e cálculos.

“Podemos dizer que este ano a Marítima iniciou seu planejamento com grandes mudanças internas que se manterão nos próximos anos, já percebemos que tais mudanças refletem certamente em nossos resultados. Nossa estratégia é crescimento solidificado e isso implica em investimentos para que nossa carteira de produtos e serviços seja cada vez mais atrativa ao mercado”, apontou Vidigal.

CVG-SP comemora 30 anos com festa em outubro



O presidente Osmar Bertacini brinda com equipe e parceiros os 30 anos do CVG-SP

Por Paula Witchert

O Clube de Vida em Grupo São Paulo (CVG-SP) completou 30 anos de existência em maio deste ano. Para

celebrar, a entidade realizou uma grande festa em 28 de outubro, na Casa das Caldeiras, em São Paulo, que contou com mais de 350 pessoas. O evento integrou também a Festa de Confraterni-

zação de Final de Ano.

Funcionários, parceiros, amigos e importantes personalidades do mercado segurador prestigiaram a entidade sem fins lucrativos mantida por seguradoras. Com estilo mais informal, regado à música, dança e sorteios, o evento também contou com o lançamento do CD CVG 30 anos, que mostra

a retrospectiva histórica da entidade.

Em discurso, Osmar Bertacini disse ter muito orgulho de ser presidente do CVG-SP e agradeceu à elogiada equipe pelo apoio e competência.

**“O programa preventivo de saúde da Care Plus
é digno de aplausos. Eu e minha esposa
somos muito bem atendidos.”**

Helio T. Ozaki

Helio T. Ozaki
Cliente Care Plus



Trabalhar com amor e dedicação faz toda a diferença. E pensando sempre no bem estar dos nossos clientes, a Care Plus oferece o Personal System, um programa presencial que atua na prevenção de doenças cardíacas e aumenta a qualidade de vida dos beneficiários. Com isso, nossos clientes podem aproveitar as coisas boas da vida contando com a assistência que só a Care Plus proporciona.

***Entre em contato conosco e entenda
porque nossos clientes estão tão satisfeitos.***

Ligue para **0800 13 2992**
Acesse **www.careplus.com.br**.
Consulte seu corretor.



CAREPLUS

É MAIS SAÚDE PARA SUA EMPRESA.

Mutual Seguros: missão que faz a diferença

Empresa investe em tecnologia, expansão e satisfação de corretores, parceiros e clientes

Muitos falam em seriedade e respeito no setor de prestação de serviços, mas quando estes itens estão diretamente atrelados aos valores de uma companhia isso é algo ainda mais forte. É o caso da Companhia Mutual de Seguros.

Atuante no mercado desde 1973, a Mutual Seguros aposta em atender às necessidades dos corretores, clientes e parceiros para destacar ainda mais o seu negócio. Segundo o Diretor Presidente, Maurício Tadeu Di Giorgio, “nosso objetivo é de aprimorarmos cada vez mais a comunicação com o corretor e até mesmo com o segurado. Queremos não somente proporcionar o que o mercado oferece, mas diferenciais em ferramentas, com tecnologia de ponta, que facilitem o dia a dia do corretor de seguros. Nossos investimentos nessa área são a longo prazo, vamos disponibilizando módulos operacionais gradativamente, visando adaptação dos usuários, e claro,

também servindo como motivação e marketing interno para os nossos colaboradores que, a cada dia, têm suas tarefas mais facilitadas e com alto grau de segurança da informação”.

Di Giorgio conta que a meta é ampliar as facilidades e simplificar o trabalho dos corretores. “O grande objetivo é possuir uma tecnologia que faça com que os Corretores tenham condição de oferecer nossos produtos sem terem que se deslocar de seu local de trabalho ou mesmo dos ambientes de seus clientes, quer para cotarem ou fecharem negócios e, principalmente, possibilitem que a rotina ocorra de forma automática, com a maior agilidade possível, sem burocracias“. Ele ainda enfatiza que “esse movimento vem de encontro à missão de tornar a Companhia Mutual de Seguros uma seguradora focada no atendimento das necessidades de seus parceiros e clientes”, comenta. Seguindo essa premissa, a Mutual Se-

guros será uma das primeiras seguradoras a disponibilizar a confirmação online de bônus junto à Central de Bônus, já quando da transmissão da proposta do seguro.

Neste ano, a Mutual finalizou a primeira etapa no desenvolvimento de sistemas. Através de ferramentas “multiuso” com linguagens atuais, a companhia pretende, independente do seu foco de atuação, permitir total acesso aos colaboradores com agilidade e segurança.

Equipe, infraestrutura e produtividade

Mas não é apenas na tecnologia que os investimentos da Mutual estão direcionados. Em 2011, a companhia realizou treinamentos com os gerentes e funcionários de nível operacional/técnico. A ação tinha o intuito de estimular a equipe, e os resultados foram bastante satisfatórios. De acordo com a Diretora Superintendente, Claudia Zalaf, “foi um excelente instrumento motivacional e de integração. Embora o ambiente de trabalho da Companhia Mutual de Seguros já seja diferenciado e em total harmonia, os treinamentos fizeram que todos os colaboradores sentissem que são peças fundamentais em nossa estrutura, independente do cargo ou departamento”. Claudia ainda afirma que a Mutual pretende intensificar estas ações no próximo ano “sempre com objetivo de motivar, integrar e repassar nossos valores e objetivos a todos os colaboradores”.

Além da questão motivacional, a equipe da Companhia Mutual de Seguros vem crescendo significativamente. Em 2008, havia 98 pessoas, subindo



Executivos da Companhia Mutual de Seguros. Em pé (da esq. p/dir.): Marcelo Araújo (Gerência Comercial), Rui Veiga (Gerência de TI), Carlos Ramos (Gerência Comercial), Altair Souza e Roger Silva (Gerência Técnica), Mario Santo e Ronald Nascimento (Gerência de Sinistro). Sentados (da esq. p/dir.): Gilson Barbosa (Gerência Técnica), Claudia Zalaf (Diretora Superintendente), Maurício Tadeu Di Giorgio (Diretor Presidente), Jorge Orfali Jr. (Diretor de Sinistro) e Sonia Silva (Gerência Financeira)

para 124 em 2009 e 143 em 2010. Atualmente o quadro de funcionários é composto por 192 pessoas, que atuam diretamente pela companhia, e em torno de 150 atuando indiretamente, o que representa uma elevação de 34,27% em relação a 2010.

Segundo Di Giorgio, o aumento ocorreu em virtude do crescimento da companhia. “Muito embora nosso principal objetivo seja de investir em tecnologia e ferramentas, nosso crescimento exigiu o aumento do número de funcionários e a consequente expansão de nossa estrutura física. Só no ano de 2011, adquirimos mais 1400m² no edifício de nossa Matriz, situada na Avenida Luis Carlos Berrini, região nobre da cidade de São Paulo, sem contar as aberturas de novas filiais”, diz. O presidente ainda afirma que no próximo ano o projeto de expansão deve continuar. “Acreditamos que para 2012, além da abertura de no mínimo seis filiais, somente para a Companhia Mutual de Seguros necessitaremos de no mínimo mais 700m², sem contar o crescimento de nossa empresa de cobrança e Assessoria Jurídica, que para atender não somente nossa demanda, mas também a do mercado, também se instalou fisicamente no mesmo edifício da matriz da companhia e prevê, para 2012, a aquisição de mais 1400m² de estrutura física”.

A Mutual tem a preocupação desde a localização de sua matriz e filiais, em locais nobres das cidades, até mesmo com vagas de estacionamento. Ou seja, além de localização e instalações privilegiadas, dispõe de toda estrutura para receber o corretor de seguros de forma diferenciada. Atualmente, conta com filiais em Porto Alegre, Curitiba, Londrina, Recife e Belo Horizonte com previsão da abertura de outras cinco: no Rio de Janeiro, em dezembro deste ano; em

Blumenau, em janeiro de 2012 e ainda no primeiro semestre, em Salvador, Cuiabá e interior de São Paulo.

A Companhia Mutual de Seguros operava com dois modelos de estruturas de atendimento (filiais e representações) e agora além de optar somente pela abertura de filiais, está transformando algumas unidades que eram representações em filiais. De acordo com Claudia, “percebemos que as filiais se diferenciavam em relação às representações, não somente em seus números de produção, mas principalmente nos objetivos, nas rotinas operacionais e atendimento a corretores. Ou seja, os objetivos, valores e modus operante convergiam integralmente com as diretrizes da Companhia, o que sem dúvida consideramos essencial para consolidação de nossa marca”.

Em relação ao número de pessoas, Claudia afirma que a equipe também deve aumentar, mas em menor escala. “Obviamente que estimamos uma elevação no quadro de funcionários para 2012, mas inferior a 2010/2011 (em torno de 15%) e mais focado no departamento comercial, principalmente para as novas filiais, uma vez que as necessidades operacionais são cada vez mais supridas pelo sistema/ferramentas”.

comenta.

O ano de 2011 também representou crescimento da companhia. Segundo dados da Susep, em 2010 a empresa registrou aumento de 35% no faturamento em relação ao ano anterior e, em 2011, um crescimento de 31,32% de janeiro a julho. Segundo Claudia, o RCF/O – Responsabilidade Civil Facultativa com ênfase para os segmentos de transportes de passageiros e caminhões tem sido o maior foco e destaque da seguradora. “No RCF/O (ônibus) nosso aperfeiçoamento tem sido constante. Iniciamos as operações neste nicho há aproximadamente cinco anos, sempre de maneira conservadora, com objetivo de termos um crescimento sustentável. Hoje, temos orgulho de ressaltar que somos umas das poucas seguradoras especializa-



Matriz da Companhia Mutual de Seguros, na Av. Eng. Luis Carlos Berrini, S.Paulo.

das, com o maior crescimento nesse nicho e, acima de tudo, que conseguimos fidelizar corretores e segurados, sempre atuando de maneira coerente e bastante transparente”. Ela ainda completa dizendo que, “no segmento de caminhões também, nosso crescimento tem superado as expectativas e, a exemplo do que ocorreu com o serviço voltado para ônibus, já temos experiência e modo de atuação que não somente estão conquistando, mas principalmente fidelizando nossos parceiros e clientes”.

Diferencial no mercado

Com dados animadores e investimentos que resultam em sua constante expansão, a Mutual pretende propagar a sua missão e ressaltar a sua importância no mercado. De acordo com Di Giorgio, “nosso grande diferencial é que os acionistas não estão preocupados com resultado de imediato possibilitando-nos pesados investimentos, obviamente dentro de critérios rígidos e com a certeza de retorno a médio e longo prazo. Isso nos traz a tranquilidade necessária para administrarmos a Seguradora e principalmente com excelentes perspectivas de trabalho e de crescimento consolidado”.

Para Cláudia Zalaf, o diferencial da companhia hoje é “sem dúvida, a estrutura de atendimento para o corretor de seguros e a agilidade na tomada de decisões. O corretor de seguros tem acesso total à seguradora, quer para adequação de produtos ou para quaisquer outros pleitos, conseguindo acesso, quando necessário, às diretorias e até mesmo à Presidência da Seguradora”.

Mesmo com ações incentivadoras e a aposta em novidades para o setor, a Mutual ainda se empenha na meta de se tornar uma grife na área de seguros. Maurício Tadeu Di Giorgio afirma que a meta é “de nos tornarmos

um referencial nos mercados que atuamos, tanto na questão de facilidades operacionais, quanto de atendimento, e com isso fidelizarmos nossos parceiros, clientes e funcionários”.

O caminho não é fácil. Ainda que denote tantos atributos, a empresa admite que existem obstáculos a serem superados. De acordo com Di Giorgio, “sem dúvida nosso maior desafio é de conciliar nosso crescimento, que tem superado as metas estabelecidas, com o cronograma de ferramentas facilitadoras, mantendo a qualidade de atendimento aos nossos parceiros, além de consolidar a equipe dentro do nosso objetivo, possibilitando-nos a construção de uma Companhia Seguradora de ponta, transmitindo aos usuários de forma muito simples as novas ferramentas, permitindo que os mesmos abandonem velhos paradigmas”.

Segundo Cláudia, conquistar as novas metas é uma questão de tempo. “Acreditamos que nossa especialização, aliada às ferramentas disponibilizadas e ainda a uma estrutura de

atendimento diferenciada, farão com que tanto o corretor quanto o segurado optem em contratar nossos serviços. Esse é nosso objetivo a curtíssimo prazo, e é para isso que estamos trabalhando”, afirma.

Futuro promissor

Para o ano de 2012, a Mutual reserva novidades em produtos, operações e ferramentas. De acordo com Cláudia, “ainda focaremos no RCF, provavelmente iniciando operações no varejo e lançando novo produto. Nossa ideia é conquistar ainda mais o mercado nos nichos que atuamos, pois entendemos que nossa especialização traz diferenciais para o corretor e segurado”.

Outro fator relevante é o lançamento de novas formas de atendimento ao corretor. Atualmente, a companhia já conta com uma estrutura exclusivamente interna, chamada de apoio comercial, que possui assistentes comerciais 100% focados para atender os corretores em dúvidas nas cotações, transmissões de propostas, comissões ou sinistros.

“Além de disponibilizar ferramen-



David Ferrari

Gerência Técnica e de TI da Companhia Mutual de Seguros

tas que facilitem ainda mais o dia a dia do corretor, deveremos ter uma central de atendimento comercial. Com isso, ganhamos identidade e agilidade”, afirma Claudia Zalaf.

Qualidade no atendimento aos sinistros

O Departamento de Sinistro da Companhia Mutual de Seguros é composto de uma equipe de 50 colaboradores diretos e 45 indiretos, distribuídos em núcleos e ramos específicos. São profissionais especializados e qualificados por entidades do mercado segurador.

Entre os principais diferenciais da empresa estão:

- O compromisso de proporcionar aos parceiros e clientes uma prestação de serviço que propicie, no delicado momento do sinistro, amparo às necessidades dos mesmos, suprimindo as suas expectativas de forma fácil e rápida;
- Tendência de inovação com predisposição para mudanças de rotinas conforme as carências do mercado, sempre ouvindo o corretor no tocante às expectativas do segurado;
- Contact Center próprio, centrali-



Da esq. P/ dir.: Marcelo Araújo (Gerente Comercial), Claudia Zalaf (Diretora Superintendente), Márcia Bressan (Resp. Apoio Comercial) e Carlos Ramos (Gerente Comercial).

zado na Matriz, para abertura e informação do andamento do processo com equipe própria, pois de acordo com a empresa, as terceirizadas, até pela rotatividade de funcionários, o grau de insatisfação dos usuários do 0800 era alto. O fato de estar localizado junto ao Departamento de Sinistro facilita as tomadas de decisões e aprimora o rela-

cionamento entre o cliente e a Companhia, de maneira rápida e imediata;

- O processo de análise e regulação do sinistro é digital e por imagem e, em breve, haverá mais uma ferramenta para auxiliar na decisão automática da análise, eliminando a necessidade de envio de alguns documentos que hoje ainda podem dificultar o processo. A ferramenta proporcionará automação da análise através de uma árvore de decisão parametrizada, de forma a dar inteligência e padronização ao processo, fornecendo maior segurança no resultado da análise;

· Apesar das rotinas automatizadas e das equipes de analistas e peritos especializados, as Gerências do Departamento, assim como a Diretoria de Sinistro, estão à disposição dos corretores, segurados e ou terceiros, não sendo incomuns participações em reuniões com corretores e segurados juntamente com o Departamento Comercial da Seguradora, o que faz da Companhia Mutual de Seguros uma seguradora diferenciada.



Diretoria e Gerência de Sinistro da Companhia Mutual de Seguros

K2TEC traz ao Brasil tecnologia para o mercado de salvados

Com o CrimeStop, a empresa oferece soluções de segurança com viés social e sustentável

A K2TEC - é uma empresa 100% nacional criada há dois anos, a partir da associação de profissionais das áreas de TI, telecom, semicondutores, marketing, seguros e processos, com objetivo de atender à solicitação de um conjunto de seguradoras.

A necessidade inicial dessas seguradoras era dispor de um produto direcionado ao mercado de salvados, e que pudesse, com facilidade e segurança, marcar as peças destes automóveis, assegurando assim a sua procedência para

o vendedor e para o comprador. Após uma extensa análise de várias tecnologias existentes no mundo, inclusive as de identificação de dinheiro, optou-se pela adoção da tecnologia CrimeStop.

De origem tcheca e com tecnologia alemã, o CrimeStop é uma solução que utiliza nano partículas, os microdots. Segundo Ricardo Banger, sócio-diretor da K2TEC, “a estratégia da empresa no Brasil é a distribuição direta em grandes volumes e não no varejo, por meio da própria K2Tec, uma opção diferente do que corre em outros países, onde a disseminação de microdots como o CrimeStop, é feita até no varejo”. Em países europeus e na Austrália, o uso de microdots consegue a redução de mais de 80% de veículos roubados.

A Tokio Marine Seguradora é a primeira seguradora a utilizar os serviços de vacinação da K2TEC com o CrimeStop no mercado do País. De acordo com Banger, para atender este mercado com eficácia e evitar fraudes, foi necessário desenvolver um sistema de work-



flow em que a própria seguradora seleciona quais veículos devem receber a aplicação. Além disso, no caso da Tokio Marine, há um pacote de quais peças obrigatoriamente serão marcadas, entre elas: motor, portas, capô e tampa traseira para automóveis de passeio; chassi e tanque para motocicletas etc. No geral, a K2TEC oferece dois modelos de negócio para o mercado segurador: um que

determina um valor por aplicação e outro baseado em valor fixo por veículo na base de risco, atrelado a uma frequência de sinistro. Ambos os modelos possibilitam criar cestas customizadas com peças móveis a serem marcadas.

Segundo Ricardo Takahashi, superintendente executivo de sinistros auto da Tokio Marine, a contratação ocorreu para atender ao Manual de Boas Práticas de Seguros e, assim, trazer ética ao mercado de salvados por meio do rastreamento das peças dos automóveis. “Além de preservar a imagem da companhia, o serviço evita problemas futuros em relação à contestação de notas fiscais”, diz.

André Luís Venezio, gerente de proteção ao segurado e salvado da Tokio Marine, explica que o processo de marcação de peças deve ser compreendido com cautela. “Por determinação do próprio mercado, o salvado é classificado como recuperável e irrecuperável. O primeiro é aquele que tem condição de voltar a circular após o reparo e a vistoria feita pelo Detran e o Inmetro. A aplicação ocor-

re onde tem possibilidade de fraude, como a prática de duplicar o produto vendido para uma mesma nota fiscal, que é o irrecuperável, também chamado de sucata”, diz.

A Tokio Marine possui cerca de 380 mil veículos segurados e uma sinistralidade de 65%. A empresa atua no mercado de salvados com venda direta e leilões com distribuição por final de placa, sem qualquer favorecimento durante o processo. “A Tokio procura se valer do histórico do prestador e acredita que ele jamais vai tomar um caminho que não seja o escolhido por nós”.

Com parceria iniciada em agosto deste ano, a Tokio Marine se mostra muito satisfeita com o investimento no CrimeStop para o mercado de salvados. “Ajuda o trabalho da polícia, protege o nome da seguradora de eventuais ações ilegais e é socialmente responsável”, comenta Venezio.

O que é

O CrimeStop é uma espécie de “vacina” para veículos e suas peças, à base de uma liga de níquel que tem seu ponto fusão em 1460°. Assim, pode marcar qualquer parte do carro, mesmo as que aquecem muito, por meio de pontos parecidos com purpurina denominados microdots. O produto utiliza a nanotecnologia para sua fabricação, (modelado em nível atômico). Dentro de cada dot há o código de registro vazado e hologramas de identificação que não podem ser reproduzidos.

O principal diferencial é que o produto CrimeStop é resistente a altas temperaturas e pode ser visualizado em qualquer superfície, independente de cor, mas para facilitar a localização dos nanos, pode-se utilizar uma luz Ultravioleta. O sistema de verificação é o mesmo para avaliar a veracidade de notas de dinheiro. Além disso, o tamanho de até 0,3 mm possi-



bilita a utilização em frascos de spray, o que facilita e agiliza a logística para vacinação das peças.

O produto também pode ser destinado à marcação de pequenas peças, tais como joias e obras de arte, além de automóveis, máquinas industriais, autos de competição, tratores, trailers e semitrailers, barcos a motor de grande dimensão e aeroplanos, entre outros. No exterior o CrimeStop vem sendo aplicado com sucesso na indústria farmacêutica. Para motos e carros de passeio, são utilizados potes de 5 mil a 10 mil microdots e, para caminhões, de 10 mil. A embalagem contém um recipiente com aplicador, pincel de aplicação, um pacote de etiqueta adesiva de aviso, instruções e envelope com código de acesso. Além do spray, a K2Tec também possui o formato caneta pincel atômico com 1.000 dots, atualmente utilizados para a marcação de aparelhos móveis estilo rádio. O produto pode ser importado de forma pura (somente os Dots), para ser incluído na produção de produtos plásticos. Por ser à base de níquel, não derrete no processo de fabricação do mesmo.

Como funciona

Após a seguradora incluir o veículo no sistema da K2TEC, verifica se o veículo está no pátio e aciona o prestador de serviços (vistoriador) qualificado e treinado, que vai marcar o ve-

ículo. Depois, o código é incluído no sistema e a seguradora é informada.

Cada vistoriador recebe uma caixa contendo seis aplicadores. Na embalagem há um selo para anotar a placa do automóvel. Após a marcação, que é externa e visível, as embalagens retornam para a K2TEC, que dará baixa dos códigos no sistema.

A aplicação do selo nos automóveis é padrão - cerca de 1cm acima da marcação pelo CrimeStop. O adesivo é resistente à água e dura de 6 a 8 meses.

Uma série de procedimentos e sistemas complementares, auditados periodicamente, no processo de marcação garantem a eficiência e idoneidade da solução de marcação utilizando microdots Crimestop.

Sustentabilidade

Além de possibilitar a recolocação de peças automobilísticas no mercado de forma legal, a K2TEC também se preocupa com o meio ambiente.

Depois que o CrimeStop é devolvido e o gerenciamento no banco de dados é finalizado, as embalagens são mergulhadas em água para remoção dos rótulos e códigos do produto. Em seguida, os frascos são cortados e, juntamente com o aplicador, enviados para reciclagem.

Para André Luís Venezio, os benefícios criados pelo CrimeStop são uma tendência. “É questão de segurança e ética. Imaginamos que o setor de seguros deve caminhar para isso. Nós resolvemos acreditar no produto porque é de fácil e rápida aplicação e pode evitar fraudes, porque sabemos que o salvado é necessário para o mercado”, afirma.



ABGR realiza IX Seminário Internacional de Gerência de Riscos

Associação fala sobre as novas regras no mercado de resseguros e traz especialistas para tratar de temas relacionados ao gerenciamento de riscos

Por Elaine Lisboa

O mercado ressegurador brasileiro sofreu um grande abalo com as mudanças introduzidas na legislação pelo Conselho Nacional de Seguros Privados (CNSP) que, sem consulta prévia às instituições, baixou as resoluções 224, 225 e a mais recente 232, causando grande preocupação e descontentamento do setor. Em vigor desde 31 de março deste ano, as regras estão sendo trabalhadas pelas empresas que ainda buscam adaptação.

O assunto ganhou espaço na abertura do IX Seminário Internacional de Gerência de Riscos e Seguros promovido pela ABGR (Associação Brasileira de Gerência de Riscos). Estiveram presentes neste primeiro debate a Presidente da ABGR, Cristiane França Alves, o Diretor da Tóquio Marine, Felipe Smith Vasconcellos, o Gerente de Riscos da Pirelli na Itália, Jorge Luzzi, e o Diretor Jurídico da ABGR, Antonio Penteadado Mendonça.



Cristiane Alves na abertura da Feira



Jorge Luzzi e Felipe Smith Vasconcellos

Cristiane apontou o descontentamento da Associação com as resoluções aplicadas pelo CNSP que, segundo ela, dificultaram o crescimento do setor. “A ABGR tem feito um esforço para tentar de alguma forma mudar a situação. Fomos a única associação que se manifestou publicamente, demonstrando ao governo brasileiro os problemas e impactos que isto traria. Não houve até agora resposta. Infelizmente os mesmos questionamentos que nós tínhamos desde o início permanecem”.

Representando as seguradoras, Felipe Vasconcellos frisou: “como seguradora tenho mais perguntas do que respostas”. O executivo apresentou em tópicos todas as questões deixadas em aberto pelas resoluções, comentadas posteriormente por Antonio Penteadado que, com indignação, apresentou o quadro do Brasil. “Estamos diante de um imenso drama. Do jeito que está, temos questões técnicas com consequências dramáticas”.

Já para a visão das empresas estran-

geiras o assunto veio em um péssimo momento, quando justamente o país apresenta solidez econômica suficiente para grandes investimentos. De acordo com Jorge Luzzi “o Brasil é um país com grande sucesso e potencialidade, mas com regras das quais ninguém se posiciona”.

Entenda o que são as resoluções

Em 2007, depois de quase 70 anos de monopólio estatal exercido pelo IRB, as autoridades promoveram a abertura do mercado de resseguro (admitindo inclusive resseguradores do exterior), criando a expectativa de entrada de novos produtos, recursos internacionais e melhor apreçamento dos riscos. Nesse período houve um forte ingresso de multinacionais no Brasil para competir com empresas locais.

Foi neste momento que, sem consulta prévia, o CNSP baixou duas resoluções que restringiam a participação das resseguradoras estrangeiras. A 224 impediu o repasse do resseguro entre empresas do mesmo grupo e a 225 criou uma reserva

de mercado de 40% do valor da apólice para as empresas nacionais.

Com o surgimento de muitas queixas, no final de março deste ano, o Conselho revogou a 224 e baixou a resolução 232, definindo uma fatia de 20% passível de repasse entre matriz e filial. A 225 não recebeu alteração.

Em abril, grupos de seguros da Europa, da Ásia e das Américas encaminharam documentos ao governo solicitando a revisão das resoluções, pois segundo eles, trariam consequências negativas para o mercado. Algumas das destacadas foram: ameaça aos investimentos de grandes grupos internacionais em operações de seguros e resseguros locais; impactos negativos na geração de postos de trabalho e no recolhimento de tributos; aumento do custo do seguro e resseguro para as cedentes e segurados brasileiros; e questões delicadas quanto a capacidade do Brasil em fornecer serviços adequados para os Jogos Olímpicos e a Copa do Mundo.

Até o momento do fechamento desta edição o mercado continua tentando se adaptar às novas normas da CNSP. No entanto, no último dia do evento promovido pela ABGR (26/10) foi divulgado pela Superintendência de Seguros Privados (Susep) um comunicado a respeito de



Jorge Durian, Antonio Penteadó Mendonça, Cristiane Alves, Jorge Luzzi e Felipe Smith Vasconcellos

uma nova audiência pública para tratar da minuta de resolução do CNSP. No documento, o órgão informa que os interessados poderiam fazer sugestões e comentários e enviá-los por e-mail até 15 dias a partir da data de publicação do edital.

Todas as empresas entrevistadas durante o Seminário promovido pela ABGR destacaram a importância do mercado trabalhar em conjunto para exigir do governo medidas que atendam de maneira eficaz a cada departamento.

Segundo Thomaz Cabral de Menezes, Presidente da SulAmérica Seguros e Previdência, se faz necessário uma discussão saudável entre os clientes, as seguradoras nacionais e internacionais, os corretores de seguros e resseguros e a própria ABGR em benefício do merca-

do. “Vejo que estamos caminhando para a direção certa, fazendo uma discussão interessante de mercado para acertar detalhes divergentes de cada um dos pontos de vista e, ao mesmo tempo, trilhando em prol de um único mercado, mais fortalecido e profissionalizado”.

Para Marcio Guerrero, da Chartis Brasil, as empresas brasileiras são unidas e trabalham seguindo uma política de aceitação de maneira alinhada, o que irá favorecer no momento de lutarem por novas medidas. Por enquanto, segundo ele, a Chartis “tem buscado usar essa norma de forma favorável, tentando contornar e transformar em algo positivo”.

A posição de Guerrero foi compartilhada pelo Presidente da UBF Seguros, Felipe Bonetti, que destacou: “As seguradoras são concorrentes, mas também possuem um trabalho institucional. Todos nós somos agentes deste setor e, por isso, precisamos encontrar uma maneira de haver colaboração proveitosa para a indústria”. Uma das medidas adotadas pela seguradora foi o diálogo com os parceiros locais para conseguir superar eventuais dificuldades.

Durante o coquetel Expo Risco 2011, o Presidente da Colemont Brasil, Eduardo Lucena, comentou sobre o posicionamento da empresa quanto aos entraves da legislação brasileira para o resseguro.

Segundo ele, a legislação afeta o setor como um todo, no entanto, as empresas



Cristiane Alves faz discurso de abertura sobre dificuldades no mercado de resseguros



Estande Allianz

precisam se acostumar com as regras de um mercado aberto. “A verdade é que estávamos acostumados com a segurança que o IRB nos dava, embora se tratasse de um monopólio. O mercado aberto tem outras regras e hoje, quando se vai regular um sinistro, é necessário negociar com um painel de resseguradoras, tornando o processo mais burocrático e moroso. Por isso, acredito que devemos aprender a lidar com essa nova realidade”.

Seguindo esta mesma linha de raciocínio, o Vice-Presidente da JLT Brasil, Rodrigo Protasio afirmou estar de acordo com as mudanças da legislação. “Algumas seguradoras exageraram, a regra veio para cumprir com ações desenfreadas. O mercado tem regras que devem ser cumpridas”, advertiu.

Espaço Empresarial

O IX Seminário Internacional de Gerência de Riscos e Seguros também reuniu cerca de 20 palestras sobre diferentes aspectos do gerenciamento de riscos no



Estande Colemont

mercado brasileiro. Dezenove empresas patrocinadoras, além de trazer diversos especialistas para discutir sobre os temas, obtiveram espaço em estandes para expor sua marca, oferecer serviços e renovar o contato com clientes. Vale destacar que a Revista Seguro também dispôs de um estande para divulgar as edições anteriores.

Representando a Allianz, Angelo Colombo destacou a presença de Paul O'Neill, responsável pela área de transportes da empresa em Londres, que foi um dos palestrantes sobre o tema “Riscos de Energia”.

A AON trouxe Bruno Amorim para falar sobre “Riscos em Grandes Eventos”, Mauricio Masferrer abordou o tema “Mercado Brasileiro de Resseguro na Perspectiva dos Corretores”, Keith Martin falou sobre “Multinacionais Brasilei-



Estande Advanced Appraisal

ras, Riscos no Exterior e Risco Político” e Adriano Almeida tratou de “Seguros de Garantia, Novos Desafios”.

Destacando as estratégias de inovação e a criação de novas vertentes de produtos, o Diretor Vice-Presidente do Grupo Advanced Appraisal, Carlos Eduardo Pascale Gonsales, falou sobre a participação da empresa em eventos como este. A companhia sorteou entre os participantes do evento dez iPads e outros aparelhos eletrônicos.

Paulo Robson Alves, Superintendente da Chartis, informou que a empresa



Estande Seguro Total

estava aproveitando para lançar a nova marca no mercado brasileiro e trazer especialistas do exterior para ministrar sobre diversos temas. A Chartis trouxe Paul Obolensky, Dorian Grey e, para falar sobre “Riscos Ambientais”, Miguel Criscuolo, da Chartis Latin America.

A Colemont Brasil trouxe para o momento dos painéis os executivos Luis Nagamine e Henrique Lucena. Em conjunto com Marco Antônio Parreira Ferreira, do Itaú – Unibanco, o Presidente Mundial do Grupo AmWINS, Mr. Skip Cooper abordou o tema “Momento Econômico dos EUA”.

Algumas empresas destacaram a importância do evento para manter e prospectar contato com clientes. Segundo o Diretor Executivo da Engeval, Jabor Descio Sobrinho, a companhia sempre está presente “pois é uma oportunidade de rever nossos clientes, que são a nossa



Estande AON



Estande Chartis

razão de ser. Eles nos proporcionam reatizar aquilo que gostamos”.

O Diretor Comercial da JMalucelli, Carlos Roberto Fargetti mencionou que já fechou contrato com “muitos clientes com a divulgação do estande nos eventos da associação”. Situação apontada também pelo Diretor da VGA, Antonio Carlos Soella. A J Malucelli também trouxe para o evento a Sra. Danieli Gugelmin para falar sobre “Seguros de Garantia”.

Com o objetivo de especialmente mostrar a sua marca durante o evento estiveram as empresas, Fairfax, atuante nos segmentos comerciais e industriais, cujo trabalho foi apresentado para a Seguro Total por Ricardo Henrique Beyer, a agência de intercâmbio Lounge Brazil e a Sulamérica Seguros e Previdência representada pelo Presidente Thomaz Cabral de Menezes.

Thomaz destacou a reestruturação que a empresa realizou na área de saúde com o lançamento de uma nova família de produtos para pequena e média empresa e a reformulação das áreas de worksite, benefícios complementares e



Estande Itaú

grande risco. O Presidente prometeu novidades até o final do ano. “Temos também uma série de novidades que lançaremos até o final do ano, desmistificando um pouco o produto de Previdência, inclusive terminaremos o ano com mais de R\$ 22 bilhões em administração, enfim, temos muitas novidades pela frente”.

Participando pela primeira vez do evento estiveram as empresas JLT Brasil e a UBF Seguros, ambas inauguraram trazendo especialistas para realizar algumas palestras. Representando a JLT Brasil, o Vice-Presidente, Rodrigo Protásio, falou sobre “Transferência de Riscos”, Nicolau Daudt sobre o “Momento Eco-



Estande JLT

nômico Europeu” e Warren Beardall, de Londres, sobre “Riscos de Engenharia”.

A UBF, uma empresa do Grupo Swiss Re, trouxe Eliane Pereira Rodrigues Poveda e Silvio Steinberg. O objetivo da empresa, segundo o Presidente Felipe Bonetti, era “mostrar para os participantes da feira a presença da empresa que está hoje no Brasil oferecendo outras linhas de negócios, como a parte de transportes, de engenharia, e participar desse evento que é muito importante para o nosso mercado”.

Evidenciando as ações institucionais, a Marsh Brasil, cujo Gerente de Marketing e Comunicação, Victor Bialski falou sobre o lançamento do novo logo e identidade visual da empresa, também colaborou com a presença de quatro especialistas nas palestras, sendo

eles: Paulo Celso Mantovani, Warren H. Harper, Guy Bessis e Eduardo Hussey.

Segundo Bialski, a empresa procura se desenvolver ainda mais no mercado brasileiro, que está em evidência pelos grandes eventos esportivos que irá sediar. “Estamos fazendo 57 anos no Brasil e a nossa ideia é crescer cada vez mais, principalmente adquirindo novos clientes locais”.

A Tokio Marine além de ser representada na abertura do evento pelo Diretor Felipe Smith Vasconcellos, participou de vários painéis com os executivos internacionais Olivier H. Dês Aunay, da França, Timothy J. Dooman, dos EUA e Hitoshi Motegui, do Japão.

“A ideia é trazer a nossa experiência internacional com a área de prevenção de riscos catastróficos, situação que o Brasil começa a se preocupar um pouco mais, e mostrar ao mercado que temos especialistas no mundo todo em vários segmentos. É uma ótima oportunidade para discutirmos e debatermos estes assuntos”, destacou Felipe Smith.

Também trouxe especialistas para o evento a empresa XL, com os executivos Francisco Trivino Barros, da Espanha e David Hewett, dos EUA; e a companhia Willis, representada nos painéis da ABGR por Luigi Giancristofaro.



Estande Tokio Marine

Fique por dentro do XVII Congresso Brasileiro dos Corretores de Seguros

Confira o que as empresas estão preparando para expor durante o evento

Por Elaine Lisboa

O aguardado XVII Congresso Brasileiro dos Corretores de Seguros promete trazer grandes novidades para o mercado de seguros. O evento será realizado nos dias 23, 24 e 25 de novembro pela Federação Nacional dos Corretores de Seguros Privados e de Resseguros (Fenacor), com apoio da Federação Nacional de Saúde Suplementar (FenaSaúde), no Centro de Convenções Ulysses Guimarães, no Distrito Federal.

O tema principal do Congresso será “Autorregulação: Realidade e Perspectivas”. Também serão ministrados importantes assuntos como: Oportunidades Comerciais; Seguros de Autos; Situação da Economia Mundial; Utilização das Redes Sociais; Riscos Declináveis, entre outros.

O evento acontecerá paralelamente ao I Congresso Brasileiro de



Francisco Caiuby Vidigal Filho (Marítima)

Saúde Suplementar, setor que nos últimos anos apresenta significativo crescimento. Nele serão trabalhados assuntos como: A importância da Saúde Suplementar; Planos Médicos e Odontológicos; Participação do corretor neste segmento e Perspectivas. Shows de entretenimento serão realizados com o som da banda Jota Quest e dos cantores Renato Teixeira e Diogo Nogueira.

Mais de 15 empresas participarão da XVI Exposeg apresentando produtos e novidades para o corretor de seguros. Segundo informações da Fenacor, o pavilhão de exposições possui seis mil metros quadrados de área e capacidade para acolher nove mil visitantes. Nele serão reunidas as maiores companhias do mercado de seguros, prestadores de serviços e instituições do setor. Será um total de 29 estandes.

A Bradesco Seguros, patrocinadora do jantar de abertura com a banda Jota Quest, promoverá ações de relacionamento, com informações relacionadas aos produtos das empresas

Bradesco Auto/RE, Bradesco Saúde e Bradesco Vida e Previdência.

Com o intuito principal de divulgar a nova empresa do Grupo, a Capemisa, Seguradora de Vida e Previdência, apresentará a unidade que entrará em funcionamento em janeiro de 2012: a Capemisa Capitalização.

A empresa também levará diversas novidades para o mercado, surpresas aos congressistas e mostrará oito de seus produtos: quatro individuais (VIP Mais, VIP Resgatável, VIP Previdente e Bilhete Premiável Capemisa) e quatro coletivos (CIA – Proteção Corporativa Capemisa, Viva Flex e Benfelig PGBL e VGBL).

Segundo a Capemisa, durante os três dias de exposição, representantes da Diretoria, Gerentes Regionais e a equipe da sucursal de Brasília acompanharão o evento para prestar informações ao público.

A Carglass®, empresa líder no Brasil no reparo e troca de vidros automotivos, adotará atividades recreativas para divulgar seus produtos e serviços. Os visitantes irão concorrer a prêmios como iPhone e iPad's.

Também aproveitará a ocasião para fortalecer o relacionamento com as companhias de seguro, corretores e demais profissionais do mercado. Entre as atividades programadas, realizará a “Ação de Reparo Carglass®”, onde o participante cadastrado receberá uma senha para assistir, ao vivo, o reparo de um para-brisa trincado. Após a apresentação o visitante poderá ser sorteado e convidado a responder uma pergunta com direito a prêmio.



Mario Jorge Pereira (Marítima)



Estande da Carglass na Exposeg

Mostrará o quadro “Garoto Propaganda Carglass®”, ação cujo objetivo é registrar depoimentos espontâneos sobre a empresa em até 30 segundos. Cada filme produzido será avaliado com base na criatividade e espontaneidade do participante. No final de cada dia, o melhor filme ganhará um prêmio de agradecimento. No primeiro dia será um iPhone 3GS e, nos outros dias do eventos, um iPad2.

A Liberty Seguros irá divulgar sua campanha de incentivo às vendas “Artilheiros Liberty”, que vai até o dia 30 de fevereiro de 2012, direcionada a todos os corretores registrados na Susep que possuírem pelo menos uma apólice ativa e vigente dos produtos da empresa válidos durante a campanha.

O objetivo é reconhecer os corretores que obtiverem o melhor desempenho de vendas, estimulando o crescimento dos negócios e a expansão das carteiras. Em seu estande, a

empresa promoverá um jogo interativo de futebol em que os corretores poderão testar suas habilidades no esporte, concorrer a prêmios e compartilhar experiências e análises do setor de seguros com os profissionais que estarão presentes no evento.

Os corretores serão divididos em Chaves por Confederações, conforme potencial, e concorrerão entre si dentro dos grupos e regionais aos quais foram alocados. Cada produto Liberty vendido valerá determinado número de pontos.

Os corretores com maior número de pontos dentro de cada grupo levarão prêmios que incluem vouchers de viagem no valor de R\$ 2 mil e viagens com acompanhante para a Europa e América do Sul, incluindo passeios (um deles será assistir um jogo das eliminatórias da Copa de 2014). A campanha vale para os produtos Auto, Residência,

API, Vida, Vida Empresa e Nichos.

A Marítima Seguros marcará presença no Congresso com o “Bom te ver bem”, um novo conceito de comunicação da companhia. Apresentará aos corretores e players do mercado suas estratégias para intensificar o trabalho de educação e interação, de maneira que o consumidor tenha o real conhecimento da importância do seguro para se ter qualidade de vida.

De acordo com o Vice-Presidente da seguradora, Francisco Caiuby Vidigal Filho, “o Congresso é uma oportunidade ímpar para apresentarmos detalhes da nova fase da companhia, na qual trabalharemos a comunicação junto aos vários públicos a fim de colaborar para que as pessoas tenham mais conhecimento sobre como obter qualidade de vida. As diversas modalidades de seguro podem em muitos aspectos ser um recurso valioso para esse fim”.

O Diretor Executivo, Mario Jorge Pereira, também destacou que a Exposeg é a ocasião ideal para se compartilhar estratégias com parceiros que, segundo ele, “serão agentes importantes dessa nova fase”.

Durante as ações interativas que serão realizadas, a empresa distribuirá kits especiais para detalhar a série de iniciativas que tem desenvolvido em prol da educação para o incremento da qualidade de vida do consumidor.

Patrocinadora do I Congresso Brasileiro de Saúde Suplementar e do show de Renato Teixeira, que acontecerá na segunda noite do evento, a SulAmérica Seguros, Previdência e Investimentos levará um estande temático baseado em Londres e Escócia, destino da viagem dos vencedores do programa de incentivo de vendas P.R.A. Super Campeões.

Ambientado com um típico pub, o estande reunirá os principais executivos da seguradora para receber os corretores de seguros e realizar diversas ações promocionais, entre elas o sorteio de iPads e viagens nacionais e internacionais. A



Matias de Ávila (SulAmérica)

Pizzaria SulAmérica também estará presente no evento. O ambiente tradicional



Thomaz Cabral de Menezes (SulAmérica)

servirá diversos sabores de redondas durante todos os dias do Congresso.

“A SulAmérica quer estar cada vez mais próxima dos corretores de seguros de todo o País. Participar deste encontro é importante para fortalecermos o relacionamento com esses parceiros comerciais, levando conhecimento e também prêmios e diversão durante estes três dias”, comenta o Vice-Presidente Comercial, Matias de Ávila.

De acordo com a seguradora, a grande novidade da SulAmérica nesta edição do evento é o patrocínio do I Congresso de Saúde Suplementar que, pela primeira vez na história, abrirá espaço para a discussão sobre um dos segmentos que mais cresce dentro do mercado de seguros.

Ávila comenta que a empresa deseja “que os corretores estejam informados sobre as principais características e tendências do segmento. Assim, estarão prontos para identificarem as oportunidades de comercialização deste tipo de produto”.

O Presidente da Presidente da SulAmérica Seguros e Previdência, Thomaz Cabral de Menezes, também

reforçou a importância do assunto e adiantou que haverá surpresas a respeito de produtos. “Estaremos fortemente presentes neste Congresso, sendo patrocinadores máster na área de saúde. É interessante, porque é a primeira vez que acontece o Congresso dos Corretores juntamente com o Congresso de Saúde. A SulAmérica também levará surpresas de produtos em lançamento, mas só falaremos disto lá”, adianta com entusiasmo.

A Tokio Marine Seguradora irá reforçar as estratégias de mercado trabalhadas durante o ano de 2011, destacando lançamentos de produtos e melhorias em serviços que proporcionaram maior agilidade e competitividade aos seus negócios.

“Os Corretores e Assessorias são nossos maiores aliados, por isso desenvolvemos soluções e serviços de excelência para que eles possam oferecer produtos diferenciados e adequados aos clientes”, afirma o Diretor Executivo Comercial da Tokio Marine, Valmir Rodrigues.

Entre os lançamentos estão o Seguro Auto Clássico, o Seguro Garantia e a reformulação do Seguro Condomínio. Em relação aos serviços, serão destacados a cotação e o cálculo web,



Valmir Rodrigues (Tokio Marine)

a Conta Corrente Corretor e o acesso via Internet às condições gerais e guia de serviços. A seguradora também colocará em evidência o Programa Nosso Corretor, reformulado recentemente e disponibilizado em um novo espaço na Internet.

Com um estande de 79m², a Zurich Seguros deixará à disposição o espaço para os corretores e demais participantes do Congresso. Antonio Cássio dos Santos, CEO de Autos e Seguros Gerais da empresa para a América Latina, já confirmou presença.

Estarão no evento também Marcus Vinicius, CEO de Autos e Seguros Gerais no Brasil, Richard Vinhosa, CEO de Vida & Previdência no Brasil, além de Diretores, Superintendentes e Gerentes de todas as suas regionais.

A seguradora reforçou os recentes resultados, o aumento de sua equipe comercial, lançamento de produtos, inauguração de 12 ZACs (Zurich Atendimento ao Corretor), desenvolvimento de novas plataformas tecnológicas e a previsão de abertura de sua resseguradora para 2012, com um investimento superior a R\$ 100 milhões.

A participação no Congresso terá o intuito de apresentar suas novidades diretamente aos corretores de seguros e transmitir a mensagem de que esses profissionais têm papel fundamental em sua expansão, seja em Seguros

Gerais ou em Vida & Previdência.

“A Zurich é uma seguradora que reconhece e valoriza o trabalho do corretor de seguros, por isso está investindo pesadamente no fortalecimento desta relação, procurando entender as necessidades dos corretores e nossos clientes em comum”, diz Sergio Wilson, Diretor Comercial de Seguros Gerais da seguradora.

Para Wilson, os produtos apresentados ao mercado brasileiro são exemplos de como a empresa aposta no diferencial e na inovação. “Somos uma empresa sólida, temos a maior variedade de seguros disponíveis no mercado, capacidade de inovação, inclusive no tradicional seguro de automóveis, com o lançamento do Auto + Desemprego. Temos ampla rede de atendimento comercial, que continua se expandindo de forma acelerada, condições comerciais competitivas com positivo retorno dos corretores em relação a isso, confirmado pelo nosso maior índice de crescimento do segmento”.

Já no segmento de Vida e Previdência, os participantes da Exposeg poderão conhecer e tirar dúvidas sobre os produtos da seguradora, em especial aos dois mais recentes lançamentos: o seguro Zurich Vida Empresa para distribuição através dos corretores de seguros e o Proteção Estendida.

O Diretor Comercial de Vida & Previdência, Luiz Barsotti, comenta sobre a participação da seguradora no Congresso. “A presença da Zurich como patrocinadora deste evento reforça a estratégia comercial traçada desde o início de 2011, quando decidimos investir massivamente no mercado brasileiro, apresentando soluções reais e compatíveis com as demandas. Queremos celebrar com os corretores o crescimento de mais



Luiz Barsotti (Zurich)

de 270% em vendas e quase 50% em volume de prêmios, pois esses resultados são fruto do trabalho desses nossos parceiros”.

De acordo com Barsotti, “estar cada vez mais próximos dos corretores, é trabalhar junto um canal de comunicação, alinhado ao nosso posicionamento estratégico de entender o cliente e mercado, desenvolvendo soluções que os atendam. Assim, os corretores são mais do que essenciais para a Zurich, são a fonte das necessidades dos mercados em que atuam e, conseqüentemente, um dos canais mais fortes e responsáveis na distribuição de seguros.”

Além da gama de informações que os corretores poderão adquirir nos estandes das empresas, o Congresso debaterá temas contando com a participação de grandes profissionais nacionais e internacionais do mercado de seguros.

Marcarão presença também representantes do Ministério da Fazenda, do Senado Federal, da Câmara dos Deputados e de instituições do setor como CNSeg, Susep, FenSeg, FenaSaúde e FenaPrevi.



Sergio Wilson (Zurich)

Europ Assistance: cuidando de pessoas

Por Paula Witchert

“O grande mote da assistência é cuidar das pessoas e não apenas do bem”, disse Paulo Fogetti, presidente da Europ Assistance Brasil em entrevista exclusiva à Revista Seguro Total.

Primeira empresa de assistência do mundo, a Europ Assistance foi criada em 1963 e trazida ao Brasil em 1996. Com experiência e pioneirismo em produtos diversificados e perfilados, a companhia enfatiza a meta de conscientizar sobre a necessidade de seguros e serviços de assistência e, ao mesmo tempo, oferecer conforto, segurança e entretenimento, ao invés de apenas resolver problemas. Segundo Fogetti, “o grande desafio é colocar o verdadeiro valor no mercado brasileiro, frente a uma assistência parcialmente ligada ao seguro do automóvel”.

A companhia detém 28% do mercado assistência no País, sendo 77% referente aos serviços para automóveis. Entretanto, a empresa pretende mudar este conceito e mostrar que a assistência pode

trazer benefícios que vão além de eventuais problemas com o carro. Entre os exemplos estão: o serviço de concierge – destinado a clientes VIP; Assistência Pet - com orientação psicológica em caso de perda do animal de estimação; Assistência Educacional; Assistência Informática (inclusive para Smartphone); Assistência a Mulher – que abrange desde a gravidez até a melhor idade, com coberturas que abrangem nutrição, qualidade de vida, leva e traz de automóvel e psicólogo para vítimas de crimes; entre outros. A Europ Assistance ainda promete lançar em dezembro deste ano o serviço de orientação médica por telefone, destinado a gestantes ou mulheres em período de pós-parto. Um novo produto vindo do exterior e adaptado à realidade brasileira também deve ser anunciado oficialmente pela empresa em 2012.

Os serviços da Europ Assistance são criados com base na classe socioeconômica, localização geográfica e idade. De acordo com Ciro Rochenzel, diretor comercial e marketing da Europ Assistance Brasil, a empresa tem avaliado as necessidades das classes econômicas emergentes para trazer produtos diferenciados e com características próprias de cada região “esse é o desafio e a grande revolução”, diz.

Embora grande parte dos serviços seja destinada as seguradoras, a Europ Assistance também disponibiliza alguns de seus produtos para compra online através de seu site, como Assistência Automóvel, por exemplo. Segundo Rochenzel, o Seguro de Viagem deve ser comercializado através da web a par-



Paulo Fogetti, presidente da Europ Assistance

tir de janeiro de 2012 “o caos nos aeroportos e as férias propiciam um bom momento para lançar esta ferramenta. Além disso, é preciso quebrar o paradigma de que não é um custo e sim investimento, por isso é importante ter atrativos”.

Para fazer jus a esta “filosofia”, a companhia também faz questão de personalizar o atendimento através da divisão do “contact center” por produto e com perfil do operador adequado ao serviço. A opção garante a satisfação do segurado e a motivação das seguradoras, já que proporciona ofertar produtos diferenciados e fornecer atendimento com a qualidade desejada. Segundo Fogetti, “se eu não tiver o foco no cliente final, o meu relacionamento com a seguradora some”.

Para a empresa, a importância do usuário final é o mote de todo o processo que abrange a criação de produtos inteligentes e diversificados e a qualidade do atendimento, com credibilidade e rapidez, itens que fazem da Europ Assistance uma referência no mercado.



Ciro Rochenzel, diretor comercial e marketing

PLANETA SEGURO

CPCÃO TOKIO MARINE AUTO
Mais cobertura entre seguradoras.
TOKIO MARINE AUTO CLASSICO
Melhor preço no Brasil.

tempo tempo assist

SulAmérica SEGUROS

tempo

acer

Compre seu Notebook

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

Da França para o Brasil: Sven Volodia Loison, da Inter Partner Assistance



Em casa, em São Paulo

Diretor geral da Inter Partner Assistance, empresa do Grupo AXA, Sven Volodia Loison mostra estabilidade e competência profissional com 22 anos de casa. Passando por diversas funções até chegar no cargo atual, Loison veio ao Brasil há cerca de um ano e meio com o desafio de reorganizar a empresa, trazendo mudanças e inovações que conhece no grupo para a subsidiária brasileira. Com personalidade reservada e algumas paixões oriundas do continente natal, o executivo conta com exclusividade à revista Seguro Total suas experiências pessoais e profissionais, passando por atividades, interesses, objetivos e projetos para o próximo ano.

Nome completo: Sven Volodia Loison

Onde nasceu: Saint Germain en Laye (Paris) France. Sou filho de pai francês e mãe alemã, tenho dupla nacionalidade.

Idade: 49 anos

Estado civil: Solteiro, mas longe de estar sozinho como gosto de mencionar.

Tem filhos? Não. Mas é um projeto que espero realizar um dia.

Tem algum hobby? Qual? Tenho vários, mas nem sempre consigo praticá-los. Esqui na neve (os Alpes são uma das poucas coisas que sinto falta da Europa). Gosto da leitura de livros de estatísticas econômicas, ouvir jazz ou ópera e especialmente viajar.

Pratica algum esporte? Qual? Esqui na neve, nadar no mar, andar e correr no parque. Quando disponho de algum tempo, frequento uma academia.

Torce para qual time de futebol? Tenho que reconhecer que antes de vir para o Brasil não seguia muito este esporte, mas agora comecei a perceber os “segredos” do futebol. Se tivesse que torcer por uma equipe, obviamente seria o Paris Saint Germain, clube da minha cidade natal.

Qual é a sua maior virtude? Por quê? É difícil alguém falar sobre

suas virtudes. Eu acho que ser justo é a principal. Eu particularmente detesto injustiça. Acredito no respeito mútuo, sendo a injustiça um abuso contra o próximo.

E um ponto fraco? Por quê? Meus momentos de timidez. São raros, mas acontecem.

Realiza ou realizou algum trabalho voluntário? Qual? Sim, regularmente. Em nosso grupo damos muita importância a Responsabilidade Corporativa e a cada ano nos envolvemos em ações benevolentes voltadas a ajudar pessoas que tem necessidades ou defender o meio ambiente. Neste ano, organizamos um evento em parceria com a APAE de Barueri na promoção de melhorias às crianças com necessidades especiais.

Faz algum tipo de coleção? Qual e por quê? De objetos, não. Em contrapartida, coleciono as experiências



Ação da APAE em Barueri - SP, no mês de outubro de 2011

de vida, sejam elas pessoais ou profissionais. Eu adoro colecionar momentos fantásticos que a vida me oferece. Algumas vezes, estou sozinho no meu sofá rindo. É o que gosto de chamar de prazer retroativo de acumular tantos bons momentos na vida. Os ruins eu tenho dificuldades de lembrar.

Tem algum ídolo? Quem? Por qual motivo? Sou uma pessoa bastante moderada. Acredito que a ideia de ídolo possui um lado exagerado. Tenho muitas pessoas que eu admiro fortemente, tanto no mundo empresarial, na política, nas artes ou nos esportes. Tenho vários modelos a seguir, mas um ídolo não combina muito comigo.

Uma recordação de infância: Eu esperando meus pais voltar do trabalho sempre muito tarde da noite. Eu prometi equilibrar minha vida profissional e pessoal. Se eu consegui? Acho que sim, mas não como gostaria.

Tem algum sonho que ainda não realizou? Qual? Muitos.

Um deles seria construir uma casa de praia numa ilha do mar Egeu, numa paisagem bucólica com oliveiras e cabritos e, com isso, passar o verão nesta casa e o inverno no meu apartamento em Ipanema no Rio. Tudo isso tem um “ar” de sonho para minha aposentadoria.

Uma viagem inesquecível: Eu viajo tanto que é difícil privilegiar uma ou outra experiência. Por isso, eu diria que a viagem mais inesquecível é a que a vida me deu. Nascer num país com experiências culturais diferentes por causa da origem dos meus pais, sair da França bastante jovem e ter vivido na Grécia e no Brasil. Nem todo mundo tem esse privilégio. Eu sou grato à vida por isso.



Corrida Arpoador - Leblon, RJ

Uma frase: Não deixar para amanhã o que você pode fazer hoje.

Conte um pouco sobre sua trajetória profissional:

Eu passei quase toda a minha vida profissional no grupo onde trabalho. Isso é muito raro hoje em dia. Após ter ocupado funções comerciais na França e em algumas empresas, eu entrei na GESA Assistance (na época) que depois de varias fusões e, principalmente, após a absorção da UAP pela AXA tornou-se AXA Assistance. Atuei como comercial, depois Diretor Co-

mercial e, enfim, Diretor Geral em diversas entidades do Grupo. Já ocupei também funções de Presidente da Comissão de Assistência e da Comissão Disciplinar da União de Seguradoras da Grécia durante a minha missão anterior. No Brasil, a Inter Partner Assistance / Axa Assistance é uma experiência nova para mim, por se tratar de uma empresa de serviço.

Quais seus objetivos profissionais? Meu objetivo pessoal é de ver concretizada a missão de transformar a nossa empresa em uma referência no mercado, em termos de profissionalismo, qualidade de serviço e respeito ao cliente, mas também apresentar condições de trabalho exemplares a seus colaboradores.

Quais os planos para 2012? Desenvolver novas oportunidades nas linhas de negócios privilegiadas (Viagem e Residência), mas também estar mais ativo no ramo de Auto e Saúde e, assim, nos aproximar mais do mundo das seguradoras, já que o seguro é a minha paixão.



Relaxando na Kasbah Tamadot Marrakech - Marrocos



Amil disponibiliza ferramenta de localização geográfica da rede credenciada

A Amil Assistência Médica Internacional, empresa da holding Amil Participações (AmilPar), disponibilizou em seu site ferramenta de localização geográfica a todos os usuários. Com ela, é possível encontrar profissionais e empresas pertencentes à rede credenciada e direcionar o usuário ao Google Maps, para verificar a localização do prestador de serviço. Os corretores podem acessar o aplicativo através do smartphone e obter auxílio através do GPS.

Segundo a empresa, a ferramenta estará disponível em breve para clientes que utilizam o iPhone. Usuários do Android também deve acessar o serviço futuramente.

<http://migre.me/67rKZ>



Rastreador Ituran ajuda PM a descobrir adulteração de combustível



Um caminhão-tanque que transportava combustível foi roubado na Zona Leste de São Paulo, em 04 de novembro. A localização foi possível devido ao Rastreador Ituran via rádio frequência que era imune ao aparelho denominado Jammer (também conhecido como “capetinha”) que bloqueia o sinal de rastreadores via satélites, que estava em posse dos ladrões. O contato da empresa com a PM viabilizou a descoberta de um galpão em Guarulhos utilizado para adulteração de combustível.

<http://migre.me/67rge>

Mongeral Aegon amplia cobertura de seguros

A Mongeral Aegon remodelou sua linha de seguros para Diária por Incapacidade Temporária (DIT). O DIT garante o pagamento de quantia diária por afastamento do trabalho, causado por acidente ou doença. O valor é calculado de acordo com a renda informada pelo contratante. A cobertura inclui Lesão por Esforço Repetitivo (LER), Doenças Osteomusculares Relacionadas ao Trabalho (DORT) e hérnias e ainda oferece renda mensal coberta, de até R\$ 20 mil.

<http://migre.me/67qZw>

Resolução da ANS ajustam normas de acordo com o porte das operadoras

A Agência Nacional de Saúde Suplementar (ANS) publicou a Resolução Normativa nº 274, que estabelece medidas administrativas e financeiras para as pequenas e médias operadoras de planos de saúde (até 20 mil e de 20 a 100 mil beneficiários, respectivamente). Com a nova RN, o porte da operadora de saúde passa a ser considerado na regulação feita pela ANS. As ações visam reduzir as despesas administrativas das operadoras no atendimento à regulação e rever exigências econômico-financeiras. Entre elas estão o envio do fluxo de caixa e de dados de Reajuste de Planos Coletivos trimestralmente ao invés de mensal, entre outras.

<http://migre.me/67rPE>

Zurich Seguros inaugura ZAC em Vitória

A Zurich Seguros inaugurou uma unidade de atendimento ao corretor de seguros em Vitória (ES), passando assim a contar com estruturas comerciais em todas as capitais do Sudeste. A inauguração oficial ocorreu em 03 de novembro e contou com a presença dos diretores e superintendentes da companhia.

O ZAC Vitória está localizado na Rua Constante Sodré, 750, loja 11, no bairro Santa Lúcia, e ficará sob a responsabilidade de Sergio Rodrigues, que está no mercado de seguros há mais de 16 anos, tendo passado por seguradoras como a Itaú Seguros e Allianz.

<http://migre.me/67s2u>



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.sistemas-seguros.com.br



Marsh anuncia novo líder da divisão internacional

A Marsh, subsidiária integrante da Marsh & McLennan Companies, anunciou David Batchelor como líder da sua divisão internacional. O negócio, que compreende todas as operações da Marsh fora da América do Norte, inclui a Europa, Oriente Médio e África (EMEA), América Latina & Caribe, Ásia e Pacífico. Batchelor, que se mudará de Londres para Nova Iorque no início do ano que vem, permanecerá como CEO da Marsh na região da EMEA até 2011.

Batchelor iniciou sua carreira em 1976 com a Bowring, adquirida pela Marsh & McLennan Companies em 1980. Desde então, ocupou diversos cargos de liderança na região da Ásia-Pacífico, América do Norte, Bermudas e Europa antes de retornar a Hong Kong para liderar as operações da



Marsh na Ásia, tendo sido nomeado CEO da região da Ásia-Pacífico em 2006. Assumiu suas responsabilidades mais recentes como CEO da Marsh EMEA em abril de 2008.

Confiança Seguros elege novo diretor-presidente



Antônio Carlos Macedo Munró é diretor-presidente da Confiança Seguros pela segunda vez, com primeira passagem nos anos de 2008 a 2010.

Munró era o atual presidente do

Conselho Deliberativo do Grupo GBO-EX e licenciará do cargo para assumir a nova função. O atual vice-presidente do Conselho, Antônio Carlos Lorençatto Carneiro, assumirá a presidência.

ANAHP tem novo presidente

Luiz Henrique de Almeida Mota, do Hospital HCor (São Paulo), foi eleito Presidente do Conselho Deliberativo da Associação Nacional de Hospitais Privados (ANAHP) para o triênio 2012 – 2014. A escolha ocorreu em 28 de setembro em assembleia da Associação realizada durante o 1º Congresso Nacional de Hospitais Privados, promovido pela entidade em São Paulo.

Chubb nomeia novo gerente de Property

Anderson Fernandes assume a posição de Gerente de Property, da Chubb Seguros do Brasil. Em sua nova função, Fernandes será responsável pela gestão e desenvolvimento da linha de Property, envolvendo riscos de engenharia, equipamentos agrícolas, energia, riscos diversos e entretenimento. Administrador de empresas pela UMC – Universidade de Mogi das Cruzes e com MBA em Seguros pela FMU, Fernandes atua na companhia há 21 anos.





A SulAmérica Seguros, Previdência e Investimentos, contratou dois novos executivos para as áreas Financeira e Jurídica. A advogada Fabiane Reschke assume a diretoria jurídica da companhia, enquanto o contabilista André Lauzana ficará responsável

SulAmérica Seguros tem novos diretores

pela diretoria Financeira da seguradora, com os setores de Tesouraria e Relacionamento com Fornecedores. Ambas as diretorias estão vinculadas à vice-presidência de Controle e Relações com Investidores, ocupada por Arthur Farne d'Amoed Neto.



Fabiane possui 18 anos de experiência e é formada em Ciências Jurídicas pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUC-RS), com MBA em Direito da Empresa e da Economia na Fundação Getúlio Vargas (FGV-RS) e mestrado em Direito Comercial na USP, além de cursos de especialização no Brasil e no exterior.

Lauzana é formado pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), pós-graduado em Seguros pela IAG/PUC-Rio e possui MBA Executivo pelo Instituto COPPEAD de Administração da UFRJ. Além disso, possui mais 17 anos de experiência no mercado de seguros.

Zurich Seguros anuncia novo gerente e superintendente



A Zurich Seguros apresenta mudanças na Regional RJ e Centro-Oeste e na filial de Porto Alegre. A recém-contratada, Denise Carvalho, ficará alocada na Zurich do Rio de Janeiro e assume o cargo de Superintendente Comercial RJ e Centro-Oeste, ficando responsável pelo gerenciamento das regionais do Espírito Santo, Mato Grosso, Mato

Grosso do Sul, Goiás, Distrito Federal e Rio de Janeiro. Ela se reportará a Sergio Wilson Ramos, diretor Comercial de Seguros Gerais da Zurich.

Enquanto isso, Mário Fernando Gomes foi promovido para a Gerência Comercial de Seguros Gerais da filial em Porto Alegre e se reportará a Luciano Silveira, superintendente Comercial de Seguros Gerais Regional Sul. Gomes será responsável pela gestão da filial e de sua equipe, pelo desenvolvimento das ações comerciais, Com 13 pontos de atendimento na região Sul, entre filiais e unidades Zurich Atendimento ao Corretor (ZAC), a Zurich está presente nas cidades de Blumenau, Cascavel, Caxias do Sul, Chapecó, Curitiba, Florianópolis, Joinville, Maringá, Novo Hamburgo e Porto Alegre.

Denise é graduada em Administração de Empresas pela UERJ e acumula experiência de mais de 10 anos na área comercial no ramo de seguros, atuando em seguradoras como Mapfre, Brasil Veículos e Itaú-Unibanco. “Estou muito feliz com a contratação da Denise, que é uma pessoa com o perfil de mercado, que entende de varejo, de seguros corporativos e possui forte relacionamento com os corretores de seguros, nosso grande objetivo”, destacou Wilson.

Gomes possui cerca de 20 anos de mercado – 19 deles dedicados a SulAmérica – e atua na Zurich desde maio de 2011. “A extrema dedicação a Zurich, a superação das metas e o relacionamento forte que possui com os corretores de seguros fizeram de Mário a escolha correta para essa função”, afirma Silveira.

Contrato previdenciário – comparações entre o regime fechado e aberto



*Por Ivy Cassa

Diversas ainda são as questões polêmicas que permeiam o universo da previdência privada – seja no âmbito das entidades fechadas (ou fundos de pensão), seja no das abertas. Embora estejamos tratando de um instituto que já existe há quase dois séculos, a modelagem atual da previdência privada é relativamente jovem, assim como sua legislação específica, que surgiu pela primeira vez em 1977 e, mais recentemente, foi revogada (e renovada) pela Lei Complementar (LC) nº 109 - há apenas uma década.

Ainda que o sistema venha se consolidando – inclusive do ponto de vista legislativo e regulatório, há muitas lacunas a serem preenchidas, poucos estudos sobre a matéria, além da jurisprudência, que é escassa com relação a certos temas, e muitas vezes dissonante.

Diante deste cenário, e considerando o potencial de crescimento do setor para os próximos anos, espera-se que algumas questões controversas sejam pacificadas, a fim de que se possa operar no sistema com mais segurança jurídica e estabilidade, vitais para o desenvolvimento do setor.

Primeiro tema abordado no trabalho, a questão da independência patrimonial dos planos de benefícios dos fundos de pensão ainda gera alguma preocupação pelo risco de que, por eventual entendimento jurisprudencial equivocado, venha-se a determinar a utilização de recursos de um plano superavitário para o pagamento de benefícios de um plano deficitário.

Pelo fato de todos os recursos de um fundo de pensão serem vinculados a uma mesma pessoa jurídica e a um mesmo CNPJ, uma má compreensão da matéria poderia comprometer os recursos dos participantes adstritos a um plano.

Demonstrou-se no trabalho apresentado, que a independência patrimonial dos planos, mesmo que dentro de uma mesma entidade de multipiano, e ainda que seja multipatrocinada, está consolidada, inclusive no direito comparado.

Os normativos infralegais brasileiros que regulamentam os fundos de pensão não deixam dúvida quanto à referida independência entre os planos, seja no aspecto contábil, atuarial, de investimentos e inclusive jurídico. Este entendimento veio a ser reforçado em 2004, com a criação do Cadastro Nacional dos Planos de Benefícios (CNPB), que é funciona como uma espécie de CNPJ de cada plano, delimitando as responsabilidades que podem ser atribuídas a cada um.

Já nas entidades abertas, como os recursos aportados são alocados em Fundos de Investimento Especialmente Constituídos (FIEs), e como cada FIE tem o seu próprio CNPJ e Regulamento, mesmo não existindo o CNPB e estando os planos vinculados a uma mesma entidade, a segregação patrimonial segue a mesma regra, ou seja, da impossibilidade de contaminação de recursos de um plano com outro.

Questão pendente que ainda reside no âmbito das abertas, contudo, são os fundos de investimento de patrimônio segregado – que embora instituídos pela Lei nº 11.101/05, ainda não foram regulamentados pela Superintendência dos Seguros Privados (SUSEP).

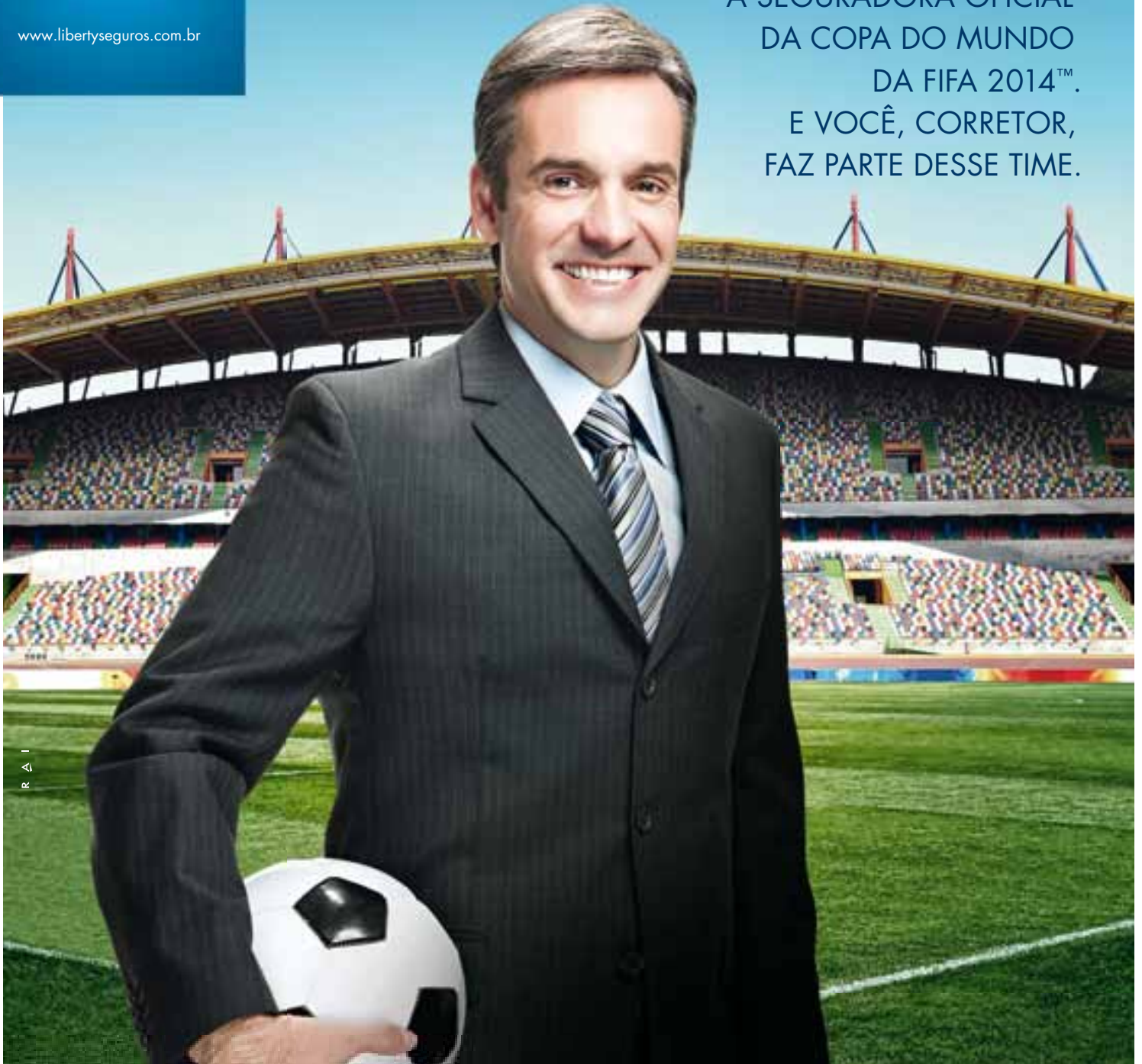
O segundo assunto sobre o qual se discorreu foi a caracterização de algumas situações jurídicas distintas: o direito adquirido, a expectativa de direito e o direito acumulado, conceitos fundamentais para compreender os efeitos do direito intertemporal em um contrato de longa duração como é o de previdência privada.

continua na página 58 ■



www.libertyseguros.com.br

LIBERTY SEGUROS.
A SEGURADORA OFICIAL
DA COPA DO MUNDO
DA FIFA 2014™.
E VOCÊ, CORRETOR,
FAZ PARTE DESSE TIME.



Para a Liberty Seguros a Copa já começou. Acreditamos no Brasil e na força que representa aos nossos negócios ser a seguradora oficial do evento mais importante do futebol mundial. Isso é responsabilidade. Estamos mais presentes e ainda mais próximos de nossos clientes. Hoje mais de 12 mil corretores entram em campo com a Liberty Seguros. Se esse time já é vencedor, com você, pode ser invencível. Vista a camisa e venha fazer parte deste time de craques. Acesse: www.libertyseguros.com.br/corretores/corretores_sejaparcero.aspx e cadastre-se.



SEGURADORA OFICIAL DA COPA DO MUNDO DA FIFA 2014™

Como um participante somente adquire efetivamente direito quando preenche todos os requisitos para elegibilidade a um benefício, durante toda a fase de acumulação de recursos fica em situação de expectativa de direito.

Pelo fato de ser uma relação que se prolonga no tempo, e por não ser possível prever exatamente o que acontecerá ao longo dos próximos anos ou décadas, o contrato previdenciário está em constante evolução – seja pela mudança legislativa, regulamentar ou das próprias regras do plano.

As modificações devem refletir a nova dinâmica da realidade, de modo que a relação não fique engessada, o que prejudicaria todas as partes. Por outro lado, é preciso conferir segurança e estabilidade jurídica, pressupostos fundamentais do Estado de Direito. É um verdadeiro desafio conciliar as modificações com a estabilidade.

Contudo, a previdência privada trouxe na LC n° 109/01 uma situação intermediária, que é a figura do direito acumulado. Ainda que um participante ainda não seja elegível a um benefício e que as regras de seu plano possam eventualmente ser alteradas para se adequar a novas situações, ele sempre terá direito aos recursos que acumulou.

Foi uma forma peculiar encontrada pelo legislador para proteger os direitos dos participantes que ainda estão na fase de acumulação, com o intuito de garantir os valores acumulados mesmo em caso de modificações nas regras aplicáveis ao plano.

Por fim, o último tópico abordado diz respeito aos meios alternativos para solução de conflitos em matéria de previdência privada.

São conhecidas algumas das dificuldades relacionadas com o Poder Judiciário – alto custo dos processos, morosidade dos julgamentos, excesso de burocracia e o seu próprio congestionamento, que acaba muitas vezes por comprometer o resultado pretendido – o acesso à verdadeira Justiça.

Em sede de previdência privada a situação é ainda mais delicada, pelo fato de ser uma matéria de certa forma sofisticada, bastante técnica e que exige conhecimentos específicos – o que não se

pode exigir de um juiz generalista. Além disso, a disciplina não consta do programa disciplinar da maioria das faculdades de Direito.

Tudo isso abre espaço para utilização dos meios alternativos de soluções de conflitos, tais como a arbitragem, mediação e conciliação. Embora sejam mecanismos que já venham sendo aplicados, comparativamente com o número de processos judiciais a taxa de utilização destes meios é ainda muito pequena.

Neste ponto, a PREVIC inovou ao criar uma Comissão de Conciliação, Mediação e Arbitragem – CMCA, que passa a servir como mais uma alternativa para aqueles que buscam a solução de seus conflitos. Os valores praticados são de R\$ 5 mil (mediação e conciliação) a R\$15 mil (arbitragem).

A ampliação da utilização da mediação, conciliação e arbitragem em matéria de previdência privada – seja ela aberta ou fechada, traria ganhos para o setor, que poderia passar a contar com uma estrutura mais célere e especializada para solução de seus conflitos.

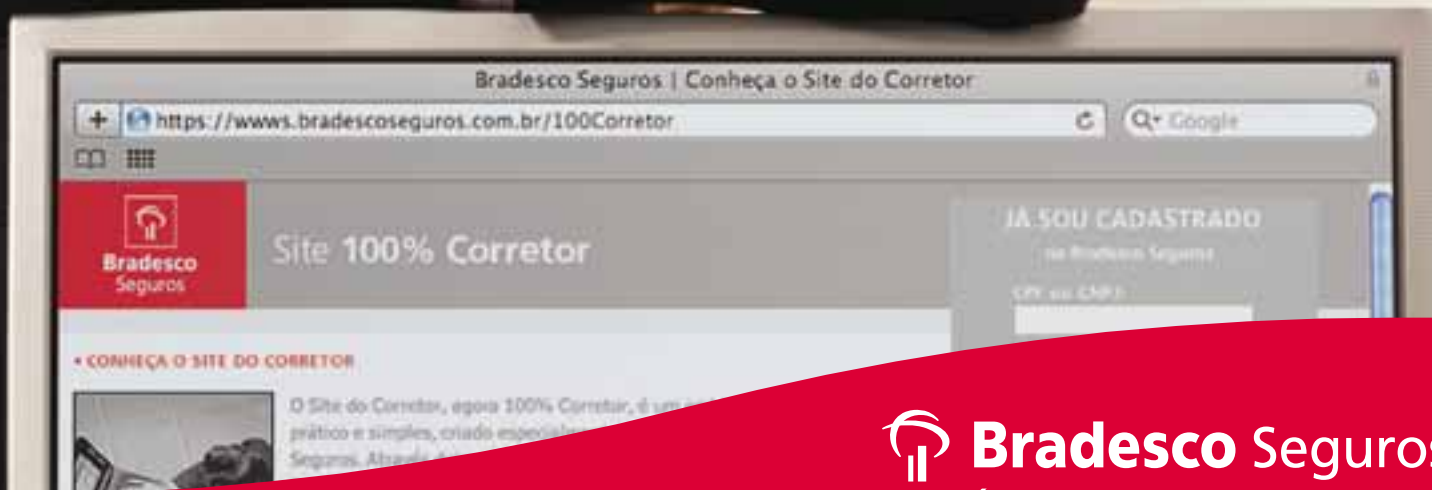
Todos os temas apresentados neste trabalho têm em comum a busca pela segurança jurídica, que é almejada por todo o setor. Por meio da difusão de conhecimento e dos reiterados debates, espera-se que a previdência privada, que já alcançou números expressivos e vem crescendo a cada ano, consiga amadurecer, possibilitando maior acesso da população e credibilidade no sistema.

**Ivy Cassa, sócia-diretora da SPInsight Consultoria, foi a única vencedora do 4º prêmio de monografias da Superintendência Nacional da Previdência Complementar – PREVIC. O trabalho, com o título de “Contrato Previdenciário”, abordou três temas (i) independência patrimonial dos planos de benefícios; (ii) direito adquirido, expectativa de direito e direito acumulado e (iii) meios alternativos de solução de conflitos em previdência privada. Neste artigo ela resume as conclusões de seu trabalho premiado e faz uma comparação com o regime das entidades abertas. O trabalho será publicado nos próximos meses pelo Ministério da Previdência.*

100% CORRETOR. UM PROGRAMA DA BRADESCO SEGUROS PARA ENTRAR NA LISTA DE FAVORITOS DE TODO CORRETOR.

Aqui você encontra os produtos, serviços e informações de que precisa para agilizar o seu dia a dia.

No Site 100% Corretor, você tem acesso a consulta expressa, aviso e acompanhamento de sinistro, venda on-line, serviços de SMS e muito mais. E ainda participa do Clube de Benefícios, em que pode ter linhas de crédito com taxas e prazos exclusivos. Além disso, no ShopFácil Corretor, você vai encontrar descontos e condições especiais para comprar produtos, pacotes de viagens e assinar revistas. Programa 100% Corretor. É a Bradesco Seguros cada vez mais próxima de você, Corretor. Acesse: bradescoseguros.com.br.



TUDO PARECE FÁCIL QUANDO VOCÊ TEM ALGUÉM AO SEU LADO. NO NOSSO CASO, 17 MIL CORRETORES POR TODO O BRASIL.

O cliente procura o corretor que oferece o melhor seguro. A MAPFRE trabalha com o corretor para ter as melhores oportunidades. E tanto o cliente quanto o corretor podem sempre confiar na gente. Porque ser diferente é ter com quem contar. **Na hora de contratar ou renovar o seu seguro, procure um Corretor de Seguros MAPFRE.**



Da esquerda para a direita:

Heloisa Dias Kniss - Heloisa Kniss Corretora de Seguros Ltda. - Blumenau - SC
 Antonio Marcos de Oliveira - Siena Corretora de Seguros Ltda. - São Paulo - SP
 Carlos Alberto Villela - R.V. Unidas Adm e Corretora de Seguros Ltda. - Jaboticabal - SP
 Pedro Menezes Júnior - Menezes Júnior Corretora de Seguros Ltda. - Aracaju - SE
 Domingos Sávio Machado - DSM Administradora e Corretora de Seguros Ltda. - Brasília - DF
 Helena Kniss - Heloisa Kniss Corretora de Seguros Ltda. - Blumenau - SC

MAPFRE SEGUROS
 A seguradora diferente.

Background text in the banner includes: ALUGUEL RESIDENCIAL, AUTOMÓVEL, VIDA, EMPRESARIAL, GARANTIA ESTENDIDA, etc.