



## Mitsui Sumitomo

Após um ano do terremoto no Japão empresa comenta ações de socorro

Hélio Kinoshita, vice-presidente

Setor enfrenta dificuldades em fornecer coberturas para enchentes

Programas incentivam participação do mercado em ações de sustentabilidade

Empresas de TI oferecem ferramentas com vantagens competitivas

Microseguro: Uma oportunidade para o público de baixa renda

Seguro DPVAT: Cresce em 15% número de indenizações pagas em 2011

## Seguro Auto Itaú.

Na hora de contratar ou renovar, correntista Itaú tem ainda mais vantagens.



### Vantagens exclusivas para correntistas Itaú:

- 5% de desconto na contratação e renovação do seguro;
- Até 22 dias de carro reserva além do contratado<sup>1</sup>;
- Guincho com quilometragem ilimitada ao contratar a Assistência 24 horas;
- Guincho para terceiros<sup>2</sup>;
- 12% de desconto na mão-de-obra nos Centros Automotivos Porto Seguro.

Para mais informações, fale com seu Gerente Comercial.

Informações reduzidas. Consulte as Condições Gerais no site [www.itaui.com.br](http://www.itaui.com.br). O registro deste plano na Susep não implica, por parte da Autarquia, incentivo ou recomendação à sua comercialização. Itaú Seguros de Auto e Residência S.A., CNPJ 08.816.067/0001-00 - Processo Susep: 15414003614/2009-03. <sup>1</sup> 15 dias de carro reserva para clientes Itaú e mais 7 dias de carro reserva se o sinistro for aberto no CAR, ou 25% de desconto para pagamento à vista (limitado a R\$400,00) na franquia ou 20% de desconto se o pagamento for parcelado em 3 vezes (limitado a R\$300,00) na franquia. <sup>2</sup> Caso o segurado considerar-se responsável, limitado a 100km e dois acionamentos por vigência em caso de sinistro.



## Mongeral lança seguro por R\$ 10

Mongeral Aegon lança o produto “Minha Família” para disponibilizar um seguro popular às classes C, D e E. Com um valor mensal a partir de R\$ 10, a população de baixa renda tem acesso a um seguro de vida, auxílio alimentação, auxílio funeral e sorteios de prêmios em dinheiro.

O trabalho é realizado em parceria com a Finsol, uma ONG que opera microcrédito em todo o nordeste. A ideia inicial é disponibilizar o produto a 400 cidades onde a ONG está presente.

“Pensamos em um pacote de benefícios de fácil acesso, que suporta



as necessidades básicas da família por um ano. E para chegar ao público, ouvimos a população e adaptamos nossos serviços de acordo com a sua necessidade”, explica Osmar Navarini, diretor comercial da Mongeral Aegon.

## Zurich lança seguro pessoal de D&O

Zurich Seguros lança seguro de responsabilidade civil para executivos. O D&O One, como é chamado o produto, pode ser contratado diretamente por qualquer gestor com poder de decisão que esteja exercendo suas funções.

O seguro cobre multas, indenizações, passivos da empresa que possam prejudicar o patrimônio pessoal do executivo, entre outros serviços.

Segundo o superintendente de Linhas Financeiras da seguradora, Vinicius Jorge, os “lançamentos vêm preencher lacunas que o mercado de seguros não vinha atendendo e oferecer benefícios que de fato agregam

valor para o segurado. É assim que queremos ser conhecidos. Uma seguradora que está ao lado de seu segurado no momento que ele mais necessita”, destacou.



## Ikê oferece serviços para corretoras

Ikê Assistência Brasil oferece serviços independentes do seguro para facilitar negócios aos corretores, disponibilizando ampla combinação de pacotes que possibilitam baratear o custo do seguro.

Com isto, os profissionais têm

uma nova opção na busca de fidelização de seus clientes. Alguns dos produtos oferecidos pela Ikê são: Help Desk, Nutricional, Desconto em Medicamentos, Funeral, Guincho, Mecânico, Encanador, Eletricista e serviços de Conveniência.

## Tracker acha Mercedes roubada

Tracker do Brasil, empresa de rastreamento e monitoramento de veículos, recupera Mercedes, modelo Classe ML 350 4x4, avaliada em cerca de R\$ 135 mil, que havia sido furtada na praia da Enseada, no Guarujá, litoral de São Paulo.

O carro foi encontrado em uma funilaria que servia de desmanche de veículos. A polícia vai interrogar o dono do estabelecimento, que pode responder pelo crime de receptação qualificada.

O comando de operações da Tracker iniciou a busca quando foi notificado pela seguradora. Algumas horas depois o sinal do veículo foi reportado no interior do Estado, no Bairro Jardim Elisa, em Ribeirão Preto. A Polícia Civil foi acionada, mas ninguém foi preso.

Segundo o diretor de Operações da Tracker, Carlos Alberto Betancur, “a Mercedes já estava praticamente desmontada, com as peças espalhadas, inclusive o motor. A placa havia sido trocada por uma outra, de um carro de mesmo modelo, de Franca”. O veículo foi levado para o Pátio da Transerp, que pertence à prefeitura de Ribeirão Preto.



ANS - nº 310981



## ***Chegou a TEMPO DENTAL.***

Uma empresa responsável por mais de 650.000 sorrisos brasileiros, fruto da união entre grandes operadoras: Odonto Empresa, Fleming Odontologia, Gama Odonto, Oraltech, Oralgold, Cloe Dental e Prevodonto. Mais de 8.000 profissionais e mais de 25.000 pontos de atendimento dedicados a garantir os melhores Sistemas de Gerenciamento Odontológico a clientes em todo o país.



**TEMPO DENTAL. Seu sorriso em boas mãos.**

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



## Cardif do Brasil lança seguro de auto a partir de R\$ 69,90

BNP Paribas Cardif do Brasil intensifica venda do seguro Autofácil, produto criado com o intuito de disponibilizar uma cobertura contra roubo e furto de automóvel por um custo abaixo do mercado. Os valores para contratação vão de R\$ 69,90 a R\$ 199,90, com gasto médio anual de R\$ 1 mil.

O Autofácil é direcionado a veículos com até 15 anos de uso e valor de mercado de até R\$ 70 mil, estipulado pela tabela FIPE (Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas); faz a análise somente com os dados da região de circulação, a marca e o ano-modelo do carro. Não analisa perfil do condutor, não possui franquia e não faz cobrança adicional.

O segurado ainda conta com a instalação de um rastreador da companhia de monitoramento Ituran, concorre a R\$ 25 mil pela Loteria Federal e, por R\$ 10 mensais, pode incluir assistência 24 horas (com guincho), serviço de troca de pneus, transporte alternativo e autosocorro (em caso de pane elétrica ou mecânica).

Segundo Márcio Mainardi, geren-

te de Marketing da Cardif, a empresa fez uma pesquisa que apontou um percentual de 60% dos proprietários de automóveis que ainda não possuíam seguro. A justificativa principal foi o alto valor cobrado pelo mercado. Em cima dessa plataforma, a Cardif desenvolveu o Autofácil.

“Se olharmos para o público consumidor do seguro de automóvel, atingimos 30% ou 40%. Com o Autofácil, o corretor possui um produto que atinge um público diferenciado, desta forma, poderá aumentar sua carteira de segurados, que mais tarde, poderão adquirir carros com maior valor de tabela e que contratarão seguros mais altos. Para o corretor só há vantagens”, destacou Márcio.

A companhia recentemente também divulgou investimento para melhorar o serviço dos corretores, realizando uma estrutura de atendimento regional. “Mapeamos o país e planejamos fechar 2012 com, pelo menos, nove assessorias. Já estamos com cinco nos estados de São Paulo, Rio de Janeiro, Bahia, Ceará e Goiás. Até o final do ano planejamos



estar também em Minas Gerais, Paraná, Pernambuco e Rio Grande do Sul”, informou.

Os primeiros testes do seguro foram feitos no final de 2008. No ano seguinte, a Cardif reformulou o produto agregando alguns modelos de carros e estabelecendo faixas de preço. Em 2010 a empresa desenvolveu um site específico para o Autofácil, começou a trabalhar com as vendas e, em 2011, firmou as primeiras parcerias com assessorias, fechou o ano com cerca de 11 mil itens ativos e faturamento de R\$ 10 milhões. “Mesmo com um portfólio com mais de 20 milhões de segurados, nós olhamos para o produto Autofácil de uma maneira especial”, concluiu Márcio.

## Bradesco vende 1 milhão de apólices

O seguro Primeira Proteção Bradesco, primeiro do mercado brasileiro com a filosofia do microsseguro, garantiu ao Grupo Bradesco Seguros atingir a comercialização de 1,3 milhão de apólices. Em sua fase experimental, o produto começou a ser vendido nas favelas da Rocinha, no Rio de Janeiro e em Heliópolis, no Estado de São Paulo.

A ideia de oferecer o seguro a preços mais acessíveis para a população de baixa renda promove a inclusão de milhares de brasileiros no mercado. Segundo Eugênio Liberatori Velasques, diretor da Bradesco Vida e Previdência, a linguagem simples



facilitou a entrada desses novos compradores ao setor.

O Primeira Proteção é vendido por R\$ 3,50 ao mês a pessoas de 14 a 70 anos, garantindo um seguro de vida por morte acidental. A indenização sai por R\$ 20 mil, valor que o titular pode ter a chance de ganhar, em vida, por meio de sorteios de capitalização.

## Mitsui inaugura sucursal em SP

Seguradora Mitsui Sumitono abre sucursal em São José do Rio Preto como estratégia para ampliar sua presença no interior de São Paulo, aumentar capacidade de atendimento e estar mais próxima de seus clientes.

O presidente da companhia, Keiichi Hara, adiantou que, ainda em fevereiro, haverá inauguração de outra unidade em Bauru.

“Estamos fortemente

empenhados em crescer de maneira sustentável no interior de São Paulo”, registrou Keiichi.



## Itaú lança Seguro Viagem online

Itaú oferece seguro viagem pelo Internet Banking sem burocracias para contratação. O produto pode ser comprado até o dia da viagem, não necessita de análise de proposta, possui planos nacionais e internacionais, permite a inclusão de familiares, dá cobertura emergencial para grávidas até a 28ª semana de gestação, não

possui restrições para idade nem para realização de esportes radicais.

O objetivo é facilitar a compra do produto. De acordo com divulgação da empresa, os prêmios diretos arrecadados com o seguro viagem obtiveram aumento de 26% e a Itaú Seguros vislumbrou expansão de 122% em relação ao mesmo período de 2010.

## Alfa com novo atendimento

Brasil Assistência é a nova responsável pela a carteira de vida da Alfa Seguradora, fornecendo o atendimento ao cliente nas áreas de assistência Funeral, Escolar, Natalidade, Residencial+Pet, as redes de Benefícios e Descontos em Farmácias e outras linhas não especificadas pela empresa.

Marcello Diorio, superintendente comercial da Brasil Assistência, garante que a empresa ampliará a satisfação dos clientes da Alfa Seguros.

## Fides escolhe projeto de microsseguros

O projeto para democratização de microsseguros do Grupo Segurador Banco do Brasil e Mapfre foi escolhido pela Federação Interamericana de Seguradoras (Fides) para ser um dos 10 projetos-piloto na área a serem implantados com o apoio da entidade.

“A força da junção da rede Mapfre Seguros com o Banco do Brasil foi um dos principais diferenciais de mercado e fator decisivo na escolha da entidade”, afirmou Bento Zanini, diretor geral do Grupo.



## Tempo Assist apresenta nova unidade de negócios

Tempo Assist lança marca “Afinidades” com o objetivo de, neste ano, aumentar 30% das vendas de produtos massificados, explorando nichos de mercado em odontologia e assistência especializada.

Para assumir a diretoria da nova unidade, a companhia contratou Alex Silva, executivo formado em Administração de Empresas e com MBA em Gestão Empresarial. Alex já teve passagem por grandes empresas como AON Affinity, Engeset e Netsite.

De acordo com o CEO da empresa, Marcos Couto, os produtos são customizados segundo a necessidade de cada empresa, com investimento mínimo. Oferece amplo portfólio e opções prontas que integram serviços complementares em um só produto.

“Além de ser um produto de baixo custo, os clientes poderão contar com o expertise e a estrutura da Tempo Assist, incluindo os canais de atendimento e pós-venda, bem como treinamento para a equipe de vendas”, informou.

A Tempo Assist divulgou como exemplo o Combo Facilidades, que alia assistência viagem, concierge e proteção pessoal, e o Combo Beleza & Estética, que possui plano



Segundo Marcos Couto, a linha de produtos massificados tem grande potencial de crescimento

odontológico, assistência Beleza & Estética, informações nutricionais e assistência farmacêutica.

Para o mercado de afinidades a companhia trabalha com o conceito de “Massa”, empresas que possuem a partir de 10 mil clientes em seu banco de dados; “Meio”, empresas que tenham canais de contato e cobrança com esta base de clientes; e “Marca”, companhias com prestígio e reconhecimento.

Em geral, varejistas, bancos, concessionárias de serviços públicos e emissoras de cartões são considerados meios convencionais para a dis-

tribuição por afinidades, mas a Tempo Assist focará também em novos mercados ainda não explorados.

“A Tempo Assist vem dedicando seus esforços há algum tempo aos negócios por afinidades e hoje é líder na comercialização de planos odontológicos por este canal de distribuição, com 70% de sua carteira proveniente deste modelo. Percebemos que temos um grande potencial de crescimento, além de um mercado receptivo, o que nos levou a estruturar uma Unidade de Negócios dedicada a parcerias nessa área”, destacou o CEO.

**Rádio Imprensa FM 102,5**

A Grande Jornada pelo  
Mundo dos Seguros

Às segundas-feiras, das 7 às 8 horas

**Apresentação: Pedro Barbato Filho**



FAÇA COMO SEU CLIENTE.  
ESCOLHA VOCÊ TAMBÉM PELA PERFORMANCE.

SEGURO YASUDA

**AUTO**



O seu cliente escolhe o veículo certo para ele de acordo com a performance que deseja, seja em desempenho, robustez ou economia. Ajude-o também a escolher o seu seguro da mesma forma. O bom seguro de automóvel deve ter uma prestação de serviços impecável em todas as situações, quer ele precise utilizá-lo ou não, afinal ele existe para isso. Ofereça o Yasuda Auto para ele e ajude-o a descobrir por que os 50 anos de atuação da Yasuda Seguros fizeram de sua excelência na prestação de serviços o seu maior diferencial. Seguro Yasuda Auto, a melhor performance em tranquilidade.

Contact Center: 08000-131516

#### CONFIABILIDADE E SOLIDEZ

Subsidiária da Sompo Japan Insurance Inc., uma das maiores seguradoras do mundo, a Yasuda Seguros atua há mais de 50 anos no Brasil trazendo solidez, confiabilidade e qualidade na prestação de serviços às principais empresas de diversos segmentos da economia. Conte você também com toda essa garantia de tranquilidade.



**YASUDA**  
SEGUROS

Melhores serviços, mais seguro

## “Acreditamos nessa iniciativa”, diz presidente da Mongeral Aegon

*Em 2012, a empresa planeja investir R\$ 1 milhão em marketing esportivo*

Por Elaine Lisboa

É de senso comum a capacidade que o esporte possui de transformar realidades. Muitas vezes muda pensamentos, direciona novas atitudes, motiva intelectualmente. Esse papel social do esporte é explorado também no mercado segurador, por meio das ações de grandes empresas que divulgam sua marca em eventos que agregam valores humanitários.

Exemplo disto é a Mongeral Aegon, que já neste início de ano traz ao Brasil um programa que incentiva o treinamento e a formação de novos talentos. O projeto está alinhado à estratégia mundial do Grupo Aegon em marketing esportivo e contará com altos investimentos. Só neste ano a companhia prevê destinar R\$ 1 milhão para a ação.

A empresa divulgou seu plano



Time do Ajax tira foto com executivos da Mongeral Aegon

de investimentos em responsabilidade social no esporte em uma coletiva de imprensa realizada no Museu do Futebol, no Estádio do Pacaembu, em São Paulo.

A empresa mostrou o patrocínio destinado ao clube holandês AFC Ajax, que veio ao Brasil para o amis-

toso contra o Palmeiras, abrindo o calendário das atividades esportivas que a Mongeral irá promover nos próximos três anos.

O programa começará pela Mongeral Aegon Future Cup, torneio similar ao já realizado na Holanda pelo Grupo Aegon. No Brasil, o campeonato acontecerá nos dias 17 e 18 de março, com jogadores de até 17 anos de quatro times de clubes conhecidos. A equipe vencedora irá à Holanda em abril para disputar um torneio com times da Europa.

O Presidente da Mongeral Aegon, Helder Molina, apontou que a empresa acredita no esporte e no seu importante papel social. “... Por isso decidimos compartilhar valor através de um programa nessa linha, trazendo para o Brasil oportunidade de treinamento e formação de novos talentos. Estamos alinhados às atividades do Grupo e acreditamos muito nessa iniciativa”.



Frank de Boer, técnico do Ajax, e Helder Molina, Presidente da Mongeral Aegon

## Cresce número de indenizações pagas pelo Seguro DPVAT

Por Elaine Lisboa

**E**m 2011 aumentou o número de pessoas indenizadas pelo Seguro DPVAT. O índice registrou crescimento de 45% em relação a 2010.

Os dados foram divulgados em coletiva anual realizada pela Seguradora Líder DPVAT, no Edifício das Seguradoras, no centro do Rio de Janeiro. A apresentação foi ministrada pelo diretor-presidente da companhia, Ricardo Xavier.

Mais de 360 mil pessoas receberam o seguro, o que corresponde ao valor de R\$ 2,287 bilhões de indenizações pagas em 2011, e 50% dos acidentados estavam na faixa de 18 a 34 anos.

De acordo com Xavier, a imprudência no trânsito combinada de álcool e direção, a alta velocidade e a falta do cinto de segurança nas estradas são alguns dos fatores que geraram acidentes mais



graves. No ano passado foi registrado aumento de 58% nos casos de invalidez permanente em relação a 2010. Na categoria de veículos, a moto foi responsável por 65% dos acidentes.

“O motociclista é um para-choque, muito suscetível a danos devido à sua posição de exposição no veículo. Qualquer batida, que para um motorista de carro resultaria em um dano pequeno, é capaz de deixar um motociclista com alguma seqüela”, destaca Xavier.

## Confiança completa 140 anos de história

Para comemorar 140 anos de história a Confiança Seguros realizou coquetel em Porto Alegre, tendo como anfitrião seu diretor-presidente Antônio Carlos Munró.

Durante o evento aconteceu a premiação dos Corretores Destaques em Produção nos estados do Rio Grande do Sul, Santa Catarina e Paraná, e homenagens a entidades do mercado.

A companhia ainda trabalhou com a agência de publicidade Caypa Comunicação a criação de um conceito de imagem tendo como fundamento o sentimento de “confiança”, critério que o homem dispõe a determinado objeto, marca ou pessoa,

após muitos anos de convivência.

De acordo com o diretor de atendimento da agência, Caco Birnfeld, a premissa da companhia em alcançar 140 anos de existência é prova de uma marca que conquistou a confiança de todos.

A materialização do conceito será levada para a mídia impressa através de anúncios institucionais veiculados em revistas segmentadas e especializadas, em jornais e na mídia exterior, como traseiras das lotações de ônibus.

A atuação será mais forte nos estados do Rio Grande do Sul, Santa Catarina e Paraná.

## Aon inicia bem o ano e divulga patrocínio a Adriana Kostiw

Por Cristiane Pappi

AON Corporation realizou no dia 09 de fevereiro, no restaurante KAA, em São Paulo, um evento que divulga alguns de seus projetos para 2012. Estiveram presentes a diretora de Marketing e Relacionamento Institucional do Rio de Janeiro, Carla Abrunhosa, o Gerente de Marketing Corporativo, Luiz Felipe Barranco e a coordenadora de Marketing, Patrícia Furlan.

A Diretora de Marketing, afirma que a Aon teve janeiro mais aquecido se comparado ao mesmo mês dos últimos 10 anos. Um dos fatores que contribui para o bom resultado da empresa, é o investimento da Aon em seus funcionários. “Não queremos um funcionário que gere mais um pedido, mas um profissional que entenda a necessidade de nossos clientes, auxiliando-o em seu crescimento”, diz Carla Abrunhosa.

Entre os projetos para este ano, a preocupação com o esporte e cultura estão sempre presentes. No início deste ano, a Aon firmou patrocínio com a velejadora brasileira Adriana Kostiw, octocampeã brasileira, decacampeã paulista e bicampeã sul-americana. Adriana também representou o Brasil no Panamericano de 2007 e representará o país, este ano nas Olimpíadas de Londres, pela categoria Classe Laser Radial.

## Seguro disponível para todos

*SBCS discute com personalidades do setor a entrada do microsseguro no Brasil, que busca atender a população de baixa renda*

Por Elaine Lisboa

O Brasil vivencia momentos singulares de sua história. Vislumbra-se alguns importantes fatores como a queda nos índices de desemprego do país, o aumento gradual do salário mínimo e a ascensão econômica das classes D e E. A população, agora com certa estabilidade financeira, busca qualidade de vida alinhada à segurança de suas conquistas.

Tendo consciência desse fato, o mercado de seguros começa a trabalhar para disseminar a sua cultura a essa parcela da população. E com razão, segundo pesquisa realizada pela Serasa Experian, em dezembro de 2011, observa-se que, em uma retrospectiva histórica, as classes D e E começam a ganhar representatividade no perfil sócio-econômico dos demandantes de seguros nos últimos quatro anos. Entre 2008 e 2011, a procura avançou 6% na classe D e 7% na classe E.

Discute-se então sobre a regulamentação do microsseguro, um produto que visa oferecer à população de baixa renda coberturas de seguros com preços compatíveis às suas condições financeiras.

A Sociedade Brasileira de Ciências do Seguro (SBCS) dedicou um grande espaço para a discussão do assunto em São Paulo, com palestras explicativas e momentos abertos para indagações e sugestões.

A abertura foi realizada pelo coordenador da associação, Adevaldo Calegari, que enfatizou: “Esse encontro não tem mais volta”, o mercado está sendo preparado para atender essa im-



Osmar Bertacini, Luiz Antonio Ramos, Serafin Gianocaró, Adevaldo Calegari, Affonso Heleno de Oliveira Fausto e Plínio Machado Rizzi

portante e expressiva fatia da população brasileira.

Compondo a mesa de abertura, juntamente com Calegari, estiveram presentes: Luiz Antonio Ramos e Osmar Bertacini, da Humana Seguros, Serafim Gianocaró, do Sindicato dos Segurários do Estado de São Paulo e Affonso Heleno de Oliveira Fausto e Plínio Machado Rizzi, da SBCS.

### A regulamentação

Para falar sobre a participação da Superintendência de Seguros Privadas (Susep) na regulamentação do microsseguro esteve presente Hugo Azevedo de Carvalho. Segundo ele, o órgão está trabalhando para que o mercado de seguros se torne uma realidade para o público de baixa renda.

Carvalho apontou que a regulação desses produtos terá dois pontos principais: inovação e simplificação. Serão instrumentos poderosos para que o público possa compreender a importância do seguro. Para isto, o órgão numerou um grupo de trabalho composto por pessoas do mercado para definir as normas do novo produto que deverá ser vendido em pequenos comércios e pela internet.

Também são estudados incentivos às seguradoras para que tenham custos menores nessa regulação e uma nova categoria de corretores específicos para a venda do microsseguro.

“A Susep está aberta a todas as sugestões dos interessados, para que saia um produto bom, comercialmente rentável e que atenda a essa população que necessita de proteção. Ela está se esforçando para que tudo seja feito da melhor forma possível”, destacou Carvalho.

### Como ficam as seguradoras?

Para comentar sobre as experiências e expectativas das seguradoras relacionadas ao microsseguro estiveram presentes executivos da Porto Seguro, Grupo Segurador Banco do Brasil e Mapfre e da Bradesco Seguros.

O diretor da Porto Seguro, Rivaldo Leite destacou que não é possível falar sobre vendas, crescimento e microsseguro sem se deparar com a internet, o que leva as seguradoras a pesarem que boa parte do público poderá comprar seguros pela web.

As condições financeiras da população também apresentam melhorias. “Tínhamos um país com ricos e pobres,

hoje existe um caráter intermediário. As classe C e D crescem em uma tendência natural e dificilmente se vê pessoas que prestam serviços desempregadas. Se o Brasil melhorar a mão de obra e profissionalizar mais pessoas, o país crescerá muito mais. Tudo está voltado para a população de baixa renda, e esse é o nosso público para o microsseguro”.

O diretor geral de Riscos de Pessoas do Grupo Segurador Banco do Brasil e Mapfre, Bento Zanzini, disse que o desenvolvimento do microsseguro no país começou em seu devido tempo, quando a economia se mostra favorável, o governo possui diversas ações que ajudam a transformar e a colocar em cena um novo grupo de consumidores e o mercado aumenta substancialmente sua participação no PIB do país.

O diretor da Bradesco Vida e Previdência, Eugênio Velasques, que também compõe o grupo de trabalho da Susep que elabora uma normativa para estabelecer regras para o desenvolvimento do microsseguro, introduziu seu pronunciamento compartilhando sua experiência profissional, que se iniciou de maneira humilde, mostrando com propriedade que conhece a situação da população de baixa renda. “Ninguém

me contou sobre o pobre, eu vivenciei isso”, apontou.

O executivo destacou que o fato de o microsseguro ser de baixo ticket não fará com que seja de baixa qualidade. “Temos que entregar o trabalho pronto no dia 14 de abril. Estamos preparando para entregar à Susep um produto de fácil compreensão, para que haja também uma contratação facilitada. Não poderemos nos abster da utilização da tecnologia, mas isto não tirará a necessidade da venda de porta em porta, que pode ser mais efetiva do que as pessoas terem de ir até uma lan house para adquirir”, destacou Velasques.

#### **Novos corretores. Quem serão?**

Também será preparada uma nova categoria de corretores focada em microsseguros. O intuito é capacitar pessoas de dentro das comunidades para vender o produto. O estudo será oferecido pela Escola Nacional de Seguros com um custo bem menor quando comparado aos valores dos cursos habituais.

Segundo diretora de Ensino Técnico da Escola, Maria Helena Monteiro, o desenho da grade e a duração do curso já foram definidos. A Escola



Hugo Azevedo de Carvalho, da Susep

aguarda a preparação da regulamentação para saber quais serão os requisitos dos novos corretores.

“Estamos imaginando uma carga horária bem mais reduzida e os recursos são bem menores. O corretor do microsseguro não precisará conhecer todos os produtos do mercado, por isso vai ser um custo muito mais barato. Eles terão que conhecer a regulamentação vigente, o direito do consumidor, além das características dos produtos. A linguagem também foi adaptada para pessoas com menos escolaridade”.

Apesar de tudo depender das normas que serão estabelecidas, a diretora adianta que a Escola estuda uma carga horária em torno de 26 horas, com basicamente 4 matérias.

De acordo com Velasques, o vendedor do microsseguro não estará habilitado para vender outro tipo de seguro, no entanto, o corretor convencional estará automaticamente habilitado para vender o novo produto.

“Nós acreditamos piamente nesse trabalho. Com certeza o microsseguro contribuirá para alcançarmos mais de 7% do PIB. E, quando começarmos, teremos uma campanha mais reforçada na mídia de massa. Vocês estão escrevendo uma nova fase dos seguros no país. Principalmente para o brasileiro”, finalizou o diretor da Bradesco Seguros.



## O papel do seguro na preservação ambiental

*CNseg promove evento para discutir a participação do mercado de seguros em ações mundiais de sustentabilidade*

Por Elaine Lisbôa

**P**reservação do meio ambiente está na pauta mundial há um bom tempo. Discussões e eventos foram desenvolvidos pela Organização das Nações Unidas (ONU) com o objetivo de divulgar ações que poderiam contribuir para a melhoria da qualidade de vida e do ambiente nos próximos anos.

Para 2012, programas são preparados para convencer o mercado de seguros sobre o tema. Na agenda das empresas já está marcada a conferência Rio+20, sob a organização da Confederação das Nações Unidas sobre Desenvolvimento Sustentável (UNCSD), a ser realizada de 20 a 22 de junho, no Rio de Janeiro.

Durante o evento, o mercado de seguros brasileiro marcará a sua adesão aos Princípios para o Desenvolvimento Sustentável de Seguros, um dos projetos criados pela ONU para o Meio Ambiente.

Com o objetivo de apresentar e explicar o trabalho aos executivos do mercado, a Confederação Nacional das Empresas de Seguros Gerais, Previdência Privada e Vida, Saúde Suplementar e Capitalização (CNseg), promoveu um encontro com o setor.

A abertura foi realizada pelo presidente do Sindicato das Seguradoras, Previdência e Capitalização do estado de São Paulo (Sindseg-SP), Mauro César Batista, e pela diretora executiva da entidade, Solange Beatriz Pinheiro Mendes.

Solange destacou que o evento inaugura uma fase da CNseg comprometida com a implementação dos princípios de sustentabilidade no mercado. Segundo



Mauro César e Solange Beatriz falam sobre o compromisso da CNseg com a implantação dos princípios de sustentabilidade no mercado de seguros

ela, em 2050 é esperada uma quantidade de 9 bilhões de habitantes no planeta, o que preocupa o mundo inteiro para conseguir garantir uma vida digna a todos.

“Esse é um esforço global. Estamos engajados em um movimento mundial para promover essa troca de experiências, fazer as nossas empresas entenderem a sua participação e transmitir a importância do mercado de seguros nesses objetivos”, apontou a diretora.

O primeiro painel foi apresentado por René Hernade, autor do livro “Impacto das catástrofes climáticas na solvência das seguradoras”. Hernade apresentou um breve panorama teórico sobre a degradação ambiental em âmbito mundial e a sua relação com a saúde humana. Segundo ele, os índices mostram que há motivos para preocupação e que o mundo está em estado de alerta.

A CNseg também convidou Maria Eugênia Buosi para apresentar aos investidores os Princípios para o Investimento Responsável, que pretendem ajudar a integrar temas ambientais, sociais e de governança (ESG) nas tomadas de decisão das empresas; e Beat Grüninger, diretor

da BSD Brasil, para apresentar os resultados de uma pesquisa realizada com 28 seguradoras sobre práticas sustentáveis.

De acordo com Grüninger, “as seguradoras têm toda a capacidade para abastecer esse novo mercado voltado à sustentabilidade”.

O evento foi encerrado com uma dinâmica, mediada por Grüninger, de perguntas e respostas entre executivos do setor e os participantes do encontro.

Estiveram presentes o diretor presidente da Porto Seguro, Jayme Garfinkel, o diretor presidente da Bradesco Saúde, Marcio Coriolano, o diretor da Bradesco Seguros e Previdência Henrique Adan, o diretor presidente da Bradesco Capitalização, Norton Glabes Labes, o vice-presidente da Itaú Seguros, Marcos Lisboa, o diretor do HSBC Seguros, Alfredo Laila Neto e o vice-presidente da CNseg, Patrick Larragoiti.

Desculpando-se por não estar presente, o presidente da FenaPrevi e diretor presidente da Bradesco Seguros, Marco Antonio Rossi falou em um vídeo sobre as ações de sustentabilidade da seguradora.



**SODRÉ SANTORO**

Leiloeiro Oficial

## **LEILÕES DE SEGUNDA À SÁBADO**

Veículos • Equipamentos Industriais • Imóveis  
Informática • Eletrodomésticos • Eletrônicos  
Móveis para casa e escritório

## **LEILÕES AO VIVO**

Transmissão de áudio e vídeo em tempo real  
Média de 45 segundos por lote vendido

## **LEILÕES JUDICIAIS**

Gestor do Tribunal de Justiça do Estado de  
São Paulo com auditório exclusivo na:

**CASA SODRÉ SANTORO**

Av. Brasil, 478 - São Paulo

São Paulo (SP) • Guarulhos (SP) • Campinas (SP) • Ribeirão Preto (SP) • Bauru (SP)  
Belém (PA) • Belo Horizonte (MG) • Brasília (DF) • Goiânia (GO) • Curitiba (PR) • Recife (PE)  
Rio de Janeiro (RJ) • São Luis (MA) • Manaus (AM) • Teresina (PI)

(11) 2464-6479 • [sodresantoro.com.br](http://sodresantoro.com.br) • [twitter.com/sodre\\_santoro](https://twitter.com/sodre_santoro)

# Mutual em BH

*Com nova unidade, companhia reforça padrão de estrutura e atendimento*

A Companhia Mutual de Seguros, motivada pelo sucesso de suas filiais, passou a operar também em Belo Horizonte neste modelo, e não mais no sistema de representação.

A Companhia entende que dessa forma vai estreitar ainda mais o relacionamento com os corretores da região, alinhando também o escritório local com as suas diretrizes.

“Queremos reforçar a nossa missão de seguradora focada em soluções que atendam as necessidades dos parceiros e clientes”, comenta a superintendente da Mutual, Claudia Zalaf.

Para comemorar a abertura das novas instalações, a Mutual organizou coquetel, no final do ano passado. O encontro foi prestigiado por alguns dos mais importantes parceiros regionais, incluindo corretores especializados em Responsabilidade Civil Facultativa e Responsabilidade Facultativa Obrigatória (RCF – RCO), produtos que são destaque no portfólio da seguradora.

## Serviços de apoio

A Filial BH da Mutual, coordenada por Tulio Queiroz de Freitas, é gerenciada pelo regional Mar-



Maurício Fonseca (Uniforte Corretora), Lucia Santos e Claudia Zalaf (Mutual Seguros), Marcelo Lucas (APL Corretora)



Claudia Zalaf (Mutual Seguros) com Lucas Rocha, Rubens Miranda, Robson Miranda e Felipe Miranda (Aquer Corretora)



Lucia Santos (Mutual Seguros) Aldemar, Alan Gomes, Thiago Tulio Freitas (Mutual Seguros)



Jorge Orfali (Mutual Seguros), Gustavo Castro (Logus Max Corretora), Claudia Zalaf (Mutual Seguros), Marilha Oliveira (Logus Max Corretora) e Marcelo Araújo (Mutual Seguros)



Marcelo Araújo (Mutual Seguros) com Sérgio Linhares, Marília Peconick, Ildeu Meira e Juliano Meira (Transeguro Corretora)



Lucia Santos e Marcelo Araújo Campos (Brasilflex Corretora), Roberto Franco (Brasilflex Corretora) e Roberto Franco (Brasilflex Corretora) e Roberto Franco (Brasilflex Corretora)

*“A Filial BH tem localização estratégica e está situada em bairro nobre da capital de Minas, contribuindo para alavancar os negócios em um dos principais mercados do país”, afirma Marcelo Tadeu*

celo Tadeu de Araújo e já oferece uma série de serviços de apoio ou de orientação aos corretores de seguros, tanto por atendimento presencial e telefônico como também através de ferramentas especialmente criadas para facilitar os contatos e procedimentos.

“Essas ferramentas possibilitam, entre outras tarefas, pedir a posição de propostas já em emissão ou realizar endossos de apólices ‘fechadas’, requerer a emissão de boletos para pagamentos dos prêmios, solucionar dúvidas diversas sobre os processos de sinistros e até fazer cotações

RCF/RCO não atendidas pelo simulador de cálculo, bem como proceder com as renovações de apólices”, explica Marcelo.

Ele confirma que, visando facilitar o acesso e o trabalho dos corretores, “a Filial BH tem localização estratégica e está situada em bairro nobre da capital de Minas, contribuindo para alavancar os negócios em um dos principais mercados do país e consolidando o movimento de expansão da Mutual Seguros que, além do Sudeste, está presente com filiais do mesmo padrão no Sul, Nordeste e Centro-Oeste”.



, Cleide Pacheco, Waleska Gomes (CAPT Corretora) e



Pacheco (Nota Mil Assessoria), Lucía Santos (Mutual Seguros) e Aramis Noronha (CAC Assessoria)



Lucia Santos (Mutual Seguros) com Eudes Meira, Marilla Peconick, Marcelo Tiago, Ildeu Meira, Julliano Meira (Transeguro Corretora)



(Mutual Seguros), Joelma Claudia Zalaf (Mutual silflex Corretora) e Marina



Natacha Caratteiro, Marina Gonçalves, Marcelo Araújo e Claudia Zalaf (Mutual Seguros), Eudes Meira (Transeguro Corretora), Lucía Santos e Tulio Freitas (Mutual Seguros)



Marcelo Araújo e Maurício Tadeu Di Giorgio (Mutual Seguros), Rubens Miranda e Lucas Rocha (Aquer Corretora), Lucía Santos (Mutual Seguros)

# Tokio Marine reformula produto da carteira de Vida

## *Seguro Simples Empresa contempla Vida em Grupo e Acidentes Pessoais Coletivo*

A Tokio Marine Seguradora iniciou 2012 empenhada em ampliar sua participação no mercado de seguro de Pessoas, especialmente entre micro, pequenas e médias empresas. Para isso, a companhia reformulou completamente seu produto Simples Vida Empresa de Capital Global. Agora, ele se chama Simples Empresa e contempla duas modalidades: VG – Vida em Grupo e AP – Acidentes Pessoais Coletivo.

“Os seguros de pessoas são os que mais crescem no País e são ótimas fontes de recurso para os corretores. O Simples Empresa apresenta novas coberturas, serviços e melhorias expressivas no processo operacional. Estamos bastante otimistas em relação ao crescimento desta carteira, especialmente entre as micro e pequenas empresas. Nosso objetivo é dobrar o faturamento nessa área em 2012”, afirma a Diretora de Seguros de Pessoas da Tokio Marine, Nancy Rodrigues.

Entre as principais mudanças feitas no produto estão: precificação pelo risco da atividade, oferta de novas coberturas, como Doença Congênita de Filhos, Auxílio Alimentação e Verbas Rescisórias. As mudanças garantiram flexibilidade na contratação, redução na adesão mínima para três vidas, preço mínimo mensal de R\$30 e aumento nos serviços de assistência.

A Tokio Marine também automatizou todo o processo de cotação, emissão e renovação das apólices, incluindo a subscrição de risco. A análise do risco será feita de forma online a partir do preenchimento do CNPJ da empresa. O produto contempla a opção de contratação de capitais segurados de até R\$ 50 mil para funcionários e R\$ 150 mil para sócios de empresas.

O processo ficou bastante acessível para as micro e pequenas empresas. “O próprio corretor faz a cotação através do nosso kit de cálculo WEB e na sequência faz a transmissão eletrônica do fechamento do seguro. Na mesma hora ele recebe o boleto para pagamento da primeira parcela do seguro, que pode ser pago por meio de débito em conta ou ficha de compensação. Ainda existe a possibilidade de pagamento à vista, parcelado ou mensal”, explica Rodrigues.

O seguro Simples Empresa está disponível para todos os Corretores cadastrados com acesso ao Kit de Cálculo Web da Tokio Marine. Em 2011, houve um crescimento de 50% desta carteira, com a emissão de aproximadamente 1.200 novas apólices. O maior crescimento ocorreu no Sul, interior de São Paulo e Minas Gerais. “Nosso objetivo agora é atuar mais fortemente na capital paulista. A expectativa é



Segundo Nancy, o seguro de pessoas são os que mais crescem no país

que este produto venha representar entre 5% e 10% do total de prêmio emitido na carteira de pessoas nos próximos anos”, disse Rodrigues.

Ainda segundo a diretora de Seguros de Pessoas, o lançamento do novo Simples Empresa representou para Tokio Marine a criação de uma espécie de “plataforma” pela qual será possível implementar vários outros produtos que hoje são comercializados pela companhia na área de Pessoas, agora voltados ao segmento varejo. “Em breve, estas novidades estarão disponíveis no nosso kit de cálculo”, concluiu Nancy Rodrigues.

# FÁCIL DE CONTRATAR E COM MUITAS NOVIDADES. VENDER NUNCA FOI TÃO SIMPLES



## TOKIO MARINE SIMPLES EMPRESA VIDA EM GRUPO

Tranquilidade, benefícios e flexibilidade.  
Porque uma empresa é feita de pessoas



- Diversas opções de coberturas e serviços
- Agilidade na cotação e facilidade na contratação
- Taxas mais vantajosas, de acordo com o ramo de atividade da empresa (pequenas e médias)
- Assistência funeral individual e familiar
- Opção de diferenciação dos capitais segurados entre Funcionários e Sócios/Diretores



## TOKIO MARINE SIMPLES EMPRESA ACIDENTES PESSOAIS

Facilidade para contratar e tranquilidade  
para Sócios e Funcionários

Siga-nos no [twitter](#) | @tokiomarine\_cor

Saiba todos os detalhes sobre os produtos no [site](#)  
[www.tokiomarine.com.br](http://www.tokiomarine.com.br)

TOKIO MARINE SIMPLES EMPRESA  
Tranquilidade que gera oportunidades



TOKIO MARINE  
SEGURADORA

NOSSA TRANSPARÊNCIA, SUA CONFIANÇA



Refinaria na cidade de Chiba, Japão, após o terremoto

## Mitsui Sumitomo dá exemplo de responsabilidade social e preocupação com segurados

Por Elaine Lisboa

**F**oi no dia 11 de março de 2011, exatamente às 14 horas e 46 minutos que aconteceu o maior terremoto já registrado no Japão. O tsunami, que chegou a uma altura de 2,5m, deixou mais de 15 mil mortos, segundo informações divulgadas pelo governo japonês.

Hoje, um ano após a tragédia, o país ainda luta para se restabelecer e o trabalho de reconstrução continua sendo o grande desafio no território nipônico. De acordo com o diretor vice-presidente da Mitsui Sumitomo,

seguradora de origem japonesa, Hélio Kinoshita, algumas áreas já foram reconstruídas, mas outras ainda continuam em meio aos entulhos.

O Grupo gerou diversas atividades para apoiar a reconstrução. Atividades voluntárias dos colaboradores, como trabalho agrícola em campos de arroz, feiras para arrecadar recursos financeiros e coleta de doativos em escolas.

As doações foram coletadas pelos 21.156 funcionários do Grupo e atingiu uma quantia de 94.173.715 ienes, o equivalente a R\$ 2.030.000. A companhia também contribuiu com

150 milhões de ienes (R\$ 3.200.000). Parte das doações foi destinada à construção de casas de madeira temporárias nas áreas atingidas.

A Empresa BPI/MS Insurance Corporation, das Filipinas, realizou a campanha “Corra por uma causa”, apoiada por mais de 2.700 corretores e patrocinadores. Em outra frente, a MSI e a Aioi e Nissay Dowa apoiaram a instituição de um plano de continuidade dos negócios, publicando e distribuindo gratuitamente o “Guia de Medida Preventiva”. Também realizou seminários pelo país, por meio da empresa de

consultoria do Grupo, InterRisk Research Institute & Consulting Inc., oferecendo consultoria em diversas áreas.

“Na ocasião do terremoto houve escassez de fornecimento de mercadorias, pois toda a cadeia de fornecimento foi interrompida, impossibilitando a continuidade dos negócios das empresas, até a falta de energia elétrica foi retomada gradativamente”, lembrou Kinoshita.

No ano passado, a Mitsui japonesa viu de perto as perdas geradas pelo tsunami: 14 unidades foram atingidas, perdendo suas funções, mas as demais ficaram à disposição dos clientes.

“A MS&AD Insurance Group não mediu esforços e aplicou ações totalmente imediatas e pró-ativas, inclusive adotando uma Missão especial durante seus trabalhos. Esta Missão contemplou o envio de socorro e segurança, tornou breve o pagamento de indenizações e priori-

zou a transmissão de confiança através de seus funcionários, treinando-os para que dessem o seu melhor. Imediatamente após o evento, equipes seguiram de helicóptero para as regiões mais atingidas. Três dias após, foi dado início aos programas de arrecadação e cinco dias após foram iniciados as pesquisas de perda de bens com o uso de imagens aéreas”, disse Kinoshita.

Com todo esse trabalho, a companhia conseguiu pagar 98,5% das indenizações em 20 semanas. Foram mais de 94 mil solicitações.

No início de 2011, sem imaginar que estavam às vésperas de um grande terremoto seguido de tsunami, os funcionários da Mitsui japonesa ficaram extremamente sensibilizados com as fortes chuvas que abateram São Paulo e, principalmente a região serrana do Rio de Janeiro.

Eles então fizeram uma doação espontânea para a Cruz Vermelha de São Paulo, através da Mitsui Sumi-

tomo Seguros no Brasil. Foram entregues R\$ 34 mil, distribuídos de acordo com as regiões mais afetadas.

Também, como uma forma de retribuição ao gesto de solidariedade dos japoneses, os funcionários da companhia no Brasil uniram forças e, num gesto de carinho, fizeram doações descontadas em folha de pagamento. O valor chegou a R\$ 4.370.

“Esta, na verdade, foi uma das nove campanhas de Responsabilidade Social Corporativa promovida em 2011. Graças à motivação dos nossos colaboradores, anualmente várias entidades são beneficiadas com doações e trabalho voluntário”, falou o vice-presidente.

Na ocasião ainda foram montadas estruturas de atendimento para respostas imediatas aos clientes, com o intuito de facilitar o contato com os segurados cujas propriedades estavam nas áreas afetadas. Onde havia restrição do uso de automóveis, foram utilizadas bicicle-



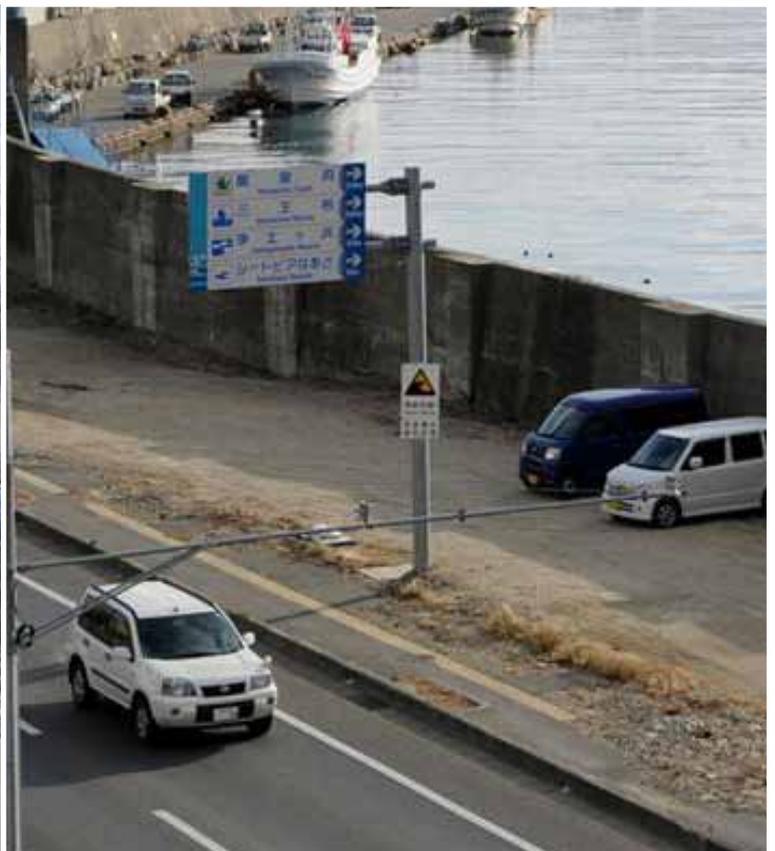
Sendai, Província de Miyagi, em 2011



Sendai um ano depois



Tsunami invade a cidade de Miyako



Miyako um ano depois

tas elétricas e motorizadas para visitar os que permaneciam em abrigos.

A companhia fixou cartazes nos abrigos e fez publicações em jornais e rádio, na tentativa de encontrar rapidamente os segurados necessitados de indenização. “Abro um parêntese para mostrar que uma seguradora tem um papel social incrível na vida das pessoas, dada a importância de minimizar os impactos sofridos, promovendo a esperança de recomeço, de continuidade, enfim, a vida não pode parar”, comentou Kinoshita.

Até setembro de 2011 foram apuradas 115.163 residências totalmente destruídas, 162.015 parcialmente destruídas e 559.321 residências parcialmente danificadas. Para atender a demanda, foram em média dois mil funcionários com

atendimento em tempo integral para agilizar o pagamento das indenizações, inclusive simplificando documentos de sinistro e até omitindo documentações obrigatórias.

“Foi um intenso trabalho. Estamos falando de um conglomerado todo que não mediu esforços para cuidar de seus clientes, apresentando medidas para minimizar a dor e o sofrimento das vítimas”.

Segundo o executivo, o total de pagamento estimado para seguros patrimoniais foi de 1.216 bilhões de ienes, o equivalente a R\$ 26 bilhões. Foi o maior número de pedidos de indenização para um desastre natural.

A agilidade do pagamento e o atendimento prestado pelos funcionários foram alvo de alta avaliação e satisfação dos clientes, a ponto de a

empresa ter um percentual de satisfação de 92,7% e ocupar o primeiro lugar no ranking das empresas confiáveis no momento emergencial entre as companhias de seguros.



Hélio Kinoshita, diretor vice-presidente da Mitsui

# Mitsui adianta planejamentos para 2012

*O vice-presidente, Hélio Kinoshita, fala sobre lançamentos de produtos e metas da companhia*

Mitsui Sumitomo prepara lançamentos para o primeiro semestre deste ano, o VG para pequenas e médias empresas, RD para máquinas e equipamentos urbanos e agrícolas e um novo para o segmento imobiliário.

A companhia ainda planeja implementar melhorias em seu portfólio, intensificar e consolidar sua atuação no segmento commercial lines, que engloba as áreas de riscos industriais e transportes, no varejo avalia o grande potencial da classe média, e deseja aumentar sua participação no nicho de pequenas e médias empresas.

Segundo o diretor vice-presidente da Mitsui Sumitomos Seguros do Brasil, Hélio Kinoshita, a empresa também tem o interesse em transformar a resseguradora admitida em local e aumentar a fatia de produtos em seu portfólio para incrementar sua participação em grandes riscos, transportes e riscos de remoção.

“Nossos acionistas estão otimistas com o atual cenário econômico brasileiro, e nós estamos preparados e entusiasmados para conquistar mercado considerando grandes oportunidades na indústria de seguros. É claro que toda a nossa disposição não se resume a meros desejos, vamos contar com nosso maior aliado, o corretor de seguros, garantindo a eles a eficiência operacional necessária para crescermos juntos”, apontou o executivo.

Preocupada com o corretor, a empresa mantém ativas diversas campanhas de incentivo como a “Vale Mais Auto” e a “Vale Mais RE Massifica-

dos”, direcionadas aos funcionários das corretoras com premiações mensais em vale-compras.

“Esta campanha é sucesso absoluto e já vai para sua 5ª edição, temos depoimentos de funcionários que mobiliaram suas casas com os vale-compras”, destacou Kinoshita.

Há também a “Campanha Bônus

50” onde os sócios das corretoras recebem o valor de premiação de acordo com seu desempenho. Recentemente, a Mitsui lançou a campanha “Destino dos Campeões” focada nos produtos de Riscos Corporativos, que vai premiar os corretores com viagens internacionais.

“Para nós, as campanhas são mais que incentivo, representam o reconhecimento ao nosso cliente, com o qual queremos estabelecer um relacionamento duradouro e baseado em confiança”, opinou o executivo.

Para o corretor também desenvolveu no ano passado um programa de treinamento comercial chamado “Programa Estrelas”, com o objetivo de ampliar a comunicação e aproximar-se do canal de vendas.

A empresa, que possui participação acionária em organizações notáveis e de grande visibilidade no âmbito nacional e mundial como Vale, Panasonic e Usiminas, possui duas

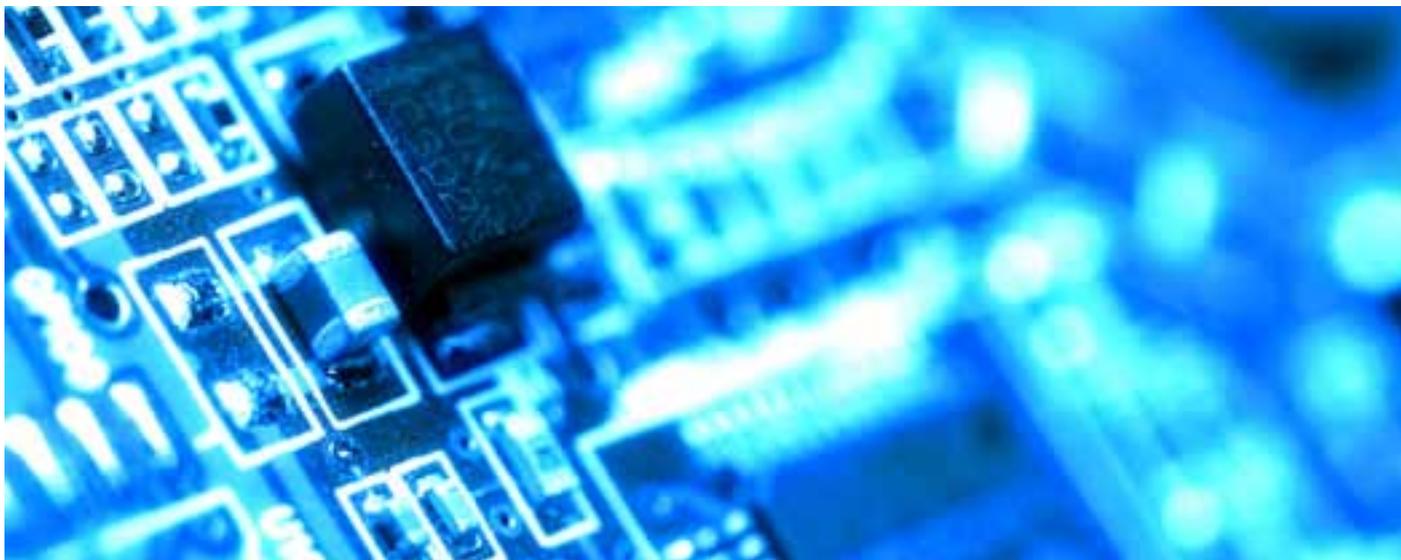


filiais (Porto Alegre e Rio de Janeiro), três sucursais (Curitiba, Manaus e Ribeirão Preto), além de unidades volantes nas regiões de Santos (SP), Maringá (PR), Nova Friburgo (RJ), e as recém inauguradas em Bauru (SP) e São José do Rio Preto (SP).

Com mais de 26 anos de experiência no mercado de seguros, e retornando à “casa” depois de 15 anos, o vice-presidente vislumbra grandes desafios pela frente. “Pude perceber o quanto a Mitsui Sumitomo Seguros se desenvolveu em termos de negócio e também de profissionais qualificados. Os desafios são inúmeros: expandir nossa presença nacional, desenvolver novos produtos, intensificar nossos canais de distribuição... Além de tudo isso, é preciso ter o olhar voltado também para as pessoas da organização, pois um time engajado de colaboradores é que vão dar suporte a todos os nossos desafios”, enfatizou o executivo.

## Mercado de seguros aposta em tecnologia

*Ferramentas trazem maior competitividade ao setor e incentiva na produção de produtos inovadores*



Por Elaine Lisbôa

A tecnologia encontra-se presente em todas as atividades desenvolvidas pelo homem. Até a mais simples tarefa a ser realizada dentro dos nossos lares possui algum mecanismo que contribui para melhorar o seu desempenho, integrando e facilitando. No ramo empresarial, o uso da tecnologia é inquestionavelmente necessário e indispensável para alcançar objetivos estratégicos e competitividade.

A Tecnologia da Informação (TI) é definida como um conjunto de todas as atividades e soluções providas por recursos de computação. Quando utilizada apropriadamente, seus sistemas, ferramentas e outros meios inserem nas organizações um diferencial em relação à concorrência.

O alto grau de competitividade existente hoje no mundo globalizado, de certo modo, “obriga” as companhias a estarem inseridas no campo

de TI. O ambiente de negócios requer esforços para se conquistar quantidade sem prejudicar a qualidade. Este é o ponto de partida para a incessante corrida em busca por inovação.

No entanto, as organizações que resistirem à entrada de TI em seus projetos facilmente serão vencidas pela concorrência.

Segundo estudo realizado pela Federação Nacional das Empresas de Seguros Privados e de Capitalização (FenSeg) em 2006, “o crescimento efetivo do mercado segurador, registrado nos últimos anos, tem sido acompanhado por um aprimoramento dos processos de negócio das companhias e dos seus sistemas de informação”.

A Federação continua dizendo que “os desafios da mudança de processos internos e de cooperação com outras companhias e agentes econômicos só podem ser enfrentados com sucesso por meio do uso adequado de recursos de TI. E este é um grande desafio para

o mercado: Não apenas a utilização de padrões tecnológicos, como também, o agir de uma grande mudança cultural nas práticas das empresas do setor, tornando-as mais ágeis na competição comercial, e cooperadoras nas funções que lhes são comuns”.

Com o intuito de observar algumas recentes mudanças realizadas pelas empresas do mercado (relacionadas ao ramo de TI), a Revista Seguro Total separou este caderno para divulgar algumas práticas que estão sendo adotadas pelas companhias e ferramentas disponibilizadas para o setor conquistar maior competitividade e lucratividade em 2012.

Recentemente, a Marítima Seguros anunciou uma parceria tecnológica com a TIVIT, empresa que oferece serviços integrados de TI e BPO na América Latina, e com a SAP, líder no mercado mundial de aplicações de software empresarial.

Juntas, as empresas desenvolvem

um projeto que prevê a integração de toda a plataforma operacional da Marítima. O trabalho será realizado em duas etapas. A primeira contempla a migração do sistema de gestão para o SAP ERP e a implementação de dois sistemas especialistas relacionados aos processos de cobrança de pagamentos e gestão de sinistros.

Na segunda fase, os sistemas legados da Marítima serão padronizados na plataforma SAP. “Planejamos buscar melhor excelência operacional dentro dos prazos estipulados. O trabalho é complexo, se trata de um conceito de plataforma tecnológica única. O objetivo é aumentar a eficiência operacional da empresa”, comentou o diretor administrativo financeiro da Marítima, Milton Bellizia.

A TIVIT fará toda a implementação do sistema, a revisão e o redesenho dos processos até a gestão de mudanças e a sustentação operacional. O contrato ainda contempla a terceirização da infraestrutura que suportará o sistema.

Para a escolha das empresas, a Marítima exigiu uma série de requisitos. “Fizemos uma concorrência e utilizamos alguns critérios como: as empresas deveriam ter a solidez necessária, a expertise que necessitamos e que enfren-



Milton da Marítima, diz que o interesse da empresa é estar na ponta da tecnologia

tasse os desafios propostos. Queríamos uma empresa de caráter global e que o produto nos colocasse na ponta da tecnologia. A TIVIT passou em todos os critérios, inclusive já trabalhamos antes com ela. O objetivo do projeto é mitigar os riscos para ter certeza da perpetuação”, disse Bellizia.

A Marítima é a primeira companhia da área financeira a adquirir soluções baseadas no SAP HANA, solução para análise de informações com recursos de computação em memória. Ele irá permitir que os executivos da seguradora analisem seus principais indicadores de negócio em tempo real. A expectativa é reduzir as despesas administrativas para menos que a média do mercado e investir a diferença no próprio negócio.

“Esse sistema foi deliberado pela SAP em caráter pioneiro para a Marítima. Nosso objetivo é, além de ter agilidade, uma operação com despesas mais baixas gerando satisfação. Desta forma vou estar em uma plataforma mais flexível para atingir as necessidades do consumidor final, tendo custos mais baratos e conseguindo maior competitividade. Queremos surpreender o segurado com o nosso atendimento. Esse é um projeto que vai revolucionar o mercado de seguros”, garantiu Bellizia.

A implementação do SAP ERP, dos sistemas de cobrança e pagamentos, e gestão de sinistros entram em operação em janeiro de 2013, quando começa a segunda fase, com a substituição dos sistemas legados por soluções SAP para seguradoras. Em três anos a Marítima deve estar com a solução completa.

Outro tipo de solução tecnológica que tem gerado expectativas ao mercado segurador é o site Smartia, de cotação e venda de seguros. O portal, que inaugurou a categoria, funciona como

uma corretora de seguros online, fornece os cálculos utilizados por cada seguradora para venda de seguros de autos e gera receita de acordo com a venda.

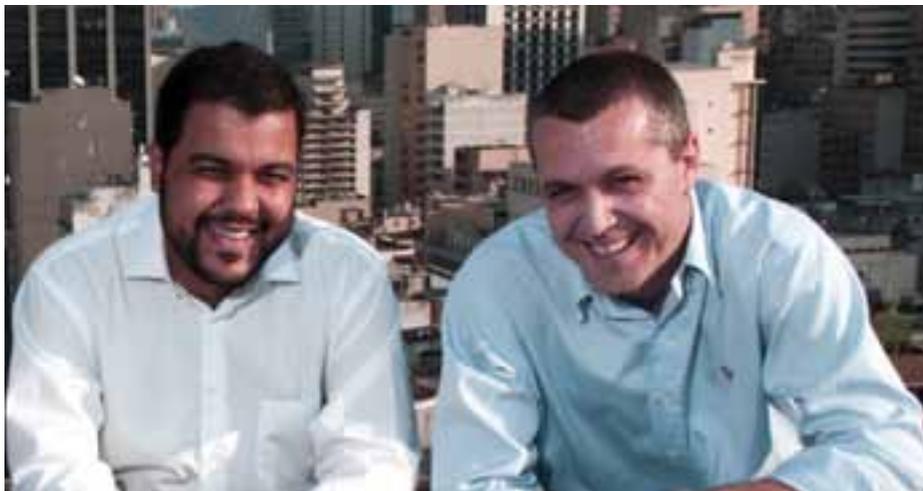
“A Smartia tem 10 profissionais que tornaram possível essa engenharia. Utilizamos tecnologia de ponta, que permite um grande volume de acessos sem perda de dados. Desenvolvemos tudo em Java, com servidores da Amazon”, afirmou o diretor de Tecnologia, Ianz do Rio.

No site, o cliente pode pesquisar os dados detalhados do seguro e seus respectivos preços, de acordo com cada seguradora. Ele traz de maneira clara e objetiva os aspectos de cada cobertura oferecida, desta forma, o cliente pode fazer um comparativo e escolher o que melhor se enquadra em seu perfil.

“Essa é a primeira vez que o cliente pode consultar os preços dos seguros sem a intervenção de ninguém. Somos transparentes, não induzimos o cliente a nada; ele é quem escolhe e, pela primeira vez, pode fazer isso sem nenhum tipo de tendência do nosso call center em direcionar a venda. As seguradoras estão entendendo isso. Nós somos a principal aposta de inúmeras delas no Brasil hoje”, disse o COO da Smartia, Rafael Monsores.

O serviço, gratuito para o usuário, apresenta os valores estimados dos seguros de automóvel em três pacotes: reduzido, essencial e completo. Caso o internauta queira receber outras propostas, pode fazer o pedido pelo site e receber a resposta em até duas horas. Após a escolha, a Smartia Corretora entra em ação e finaliza a compra.

Atualmente a Smartia oferece apenas seguros de autos, mas de acordo com Monsores, a empresa planeja aumentar a oferta de produtos. “Estamos ainda focados em autos, mas temos conversações em paralelo para, posterior-



Rafael Monsores e Lanz do Rio, da Smartia, 1º site brasileiro a realizar cotação de seguros online

mente, trabalharmos com equipamentos portáteis, seguros de vida e residencial”.

A BRQ, líder nacional no desenvolvimento de aplicações para o setor financeiro, também está apostando no mercado de seguros. A companhia, presente em todo o território nacional, já desenvolveu diversos projetos para o setor com o intuito de agilizar processos e tornar mais eficaz a operação de regulação de sinistros.

A companhia já desenvolveu sites institucionais com arquitetura fundamentada na tecnologia Microsoft SharePoint, versão Foundation 2010, com o mecanismo de busca nativo do Microsoft Share Point, gestão de conteúdo e com a implementação fundamentada em Webparts, que viabiliza com maior rapidez alterações de layout. Com o produto Microsoft a BRQ utiliza, de maneira nativa, o servidor de banco de dados SQL-Server.

Segundo o vice-presidente da BRQ, Antônio Rodrigues, a empresa trabalha hoje com importantes empresas do mercado de seguros como Porto Seguro, SulAmérica e Capemisa. “Existe um grande nicho de tecnologias que trazem soluções para se trabalhar com a web. Temos uma área comercial só para prospectar no setor de seguros. Também disponibilizamos

palestras específicas para o mercado. Sempre desenvolvemos projetos com seguradoras, corretoras e, atualmente, com resseguradoras”.

A BRQ desenvolveu para a convenção da Unimed um aplicativo móvel com a agenda do evento, informações das palestras, agenda de visitas e mapa, e também apostou em uma solução chamada Enterprise Content Management (ECM), baseada na plataforma IBM FileNet, em conjunto com a criação de um modelo de gestão de conteúdo e processos documentais para atender as necessidades da operação de regulação de sinistros.

Com esta ferramenta, os documentos entregues pelos clientes na matriz passaram a ser digitalizados no momento de sua recepção, os fluxos de tratamento de cada tipo de sinistro foram automatizados e toda a informação ficou disponível online e de forma integrada.

Outra ferramenta disponível para as empresas do mercado é o CRM (Customer Relationship Management). Disponibilizado pela BExpert, empresa brasileira de tecnologia e consultoria em gestão empresarial, o objetivo do produto é reunir a maior quantidade possível de informação sobre os clientes para

gerar relações a longo prazo e aumentar seu grau de satisfação.

Segundo nota divulgada pela empresa, antigamente a preocupação das companhias de seguros era apenas em gerir informações dos clientes, hoje, no entanto, buscam soluções focadas em suportar processos nas diversas formas de interação com seu público.

Pensando nisto, a ferramenta possibilita gerenciar informações completas de cada cliente, criando maior interação, agregando valores aos projetos e ofertas de acordo com as necessidades e, desta maneira, propiciando novas oportunidades de negócios.

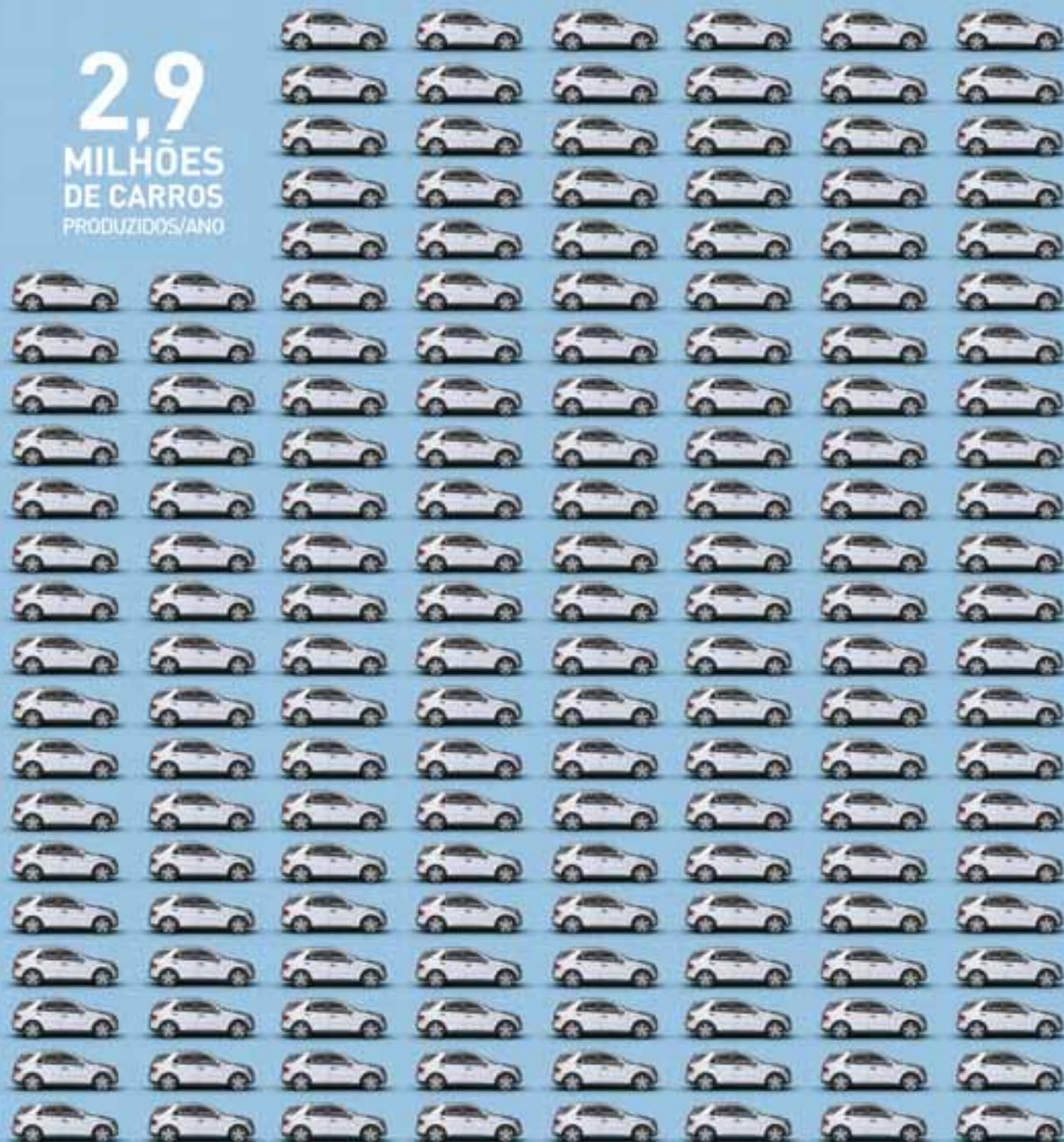
Empresas como Porto Seguro, Icatu Seguros, Localiza e BrasilCap já aderiram o CRM aos seus processos de negócios.

Em sua pesquisa, a FenSeg ainda sentencia: “Cada companhia, isoladamente, pode trabalhar para aprimorar os seus processos de negócio e aperfeiçoar os sistemas de informação que lhes dão suporte, mas o isolamento limita a evolução”.



Segundo Rodrigues da BRQ, a empresa sempre desenvolve projetos tecnológicos para o mercado

**2,9**  
MILHÕES  
DE CARROS  
PRODUZIDOS/ANO



**O BRASIL CRESCER. O MERCADO DE SEGUROS TAMBÉM.  
SEJA CORRETOR E APROVEITE.**

## **CURSO PARA HABILITAÇÃO DE CORRETORES DE SEGUROS.**

Quem é do mercado de seguros sabe quantas oportunidades um bom corretor pode aproveitar. E quanto mais o Brasil cresce, mais chances você tem de conquistar novos clientes e fechar novos negócios. Faça o Curso para Habilitação de Corretores de Seguros na Escola Nacional de Seguros. Você conta com a experiência e a tradição de uma grande instituição de ensino e pode conquistar a independência que deseja na sua carreira. Com o crescimento da economia e a habilitação de corretor, o sucesso só depende de você.



ESCOLA NACIONAL de SEGUROS  
FUNENSEG

0800 025 3322

[WWW.FUNENSEG.ORG.BR](http://WWW.FUNENSEG.ORG.BR)

## Enchentes: um caso para o seguro

*Mercado enfrenta dificuldades em fornecer coberturas para ocorrências*

Por Elaine Lisbôa

Em todo início de ano o Brasil sofre com os transtornos causados pelos grandes índices de chuvas. As mudanças climáticas, a falta de estrutura e planejamento dos locais atingidos e a ocupação da população em áreas de risco só agravam a situação.

Segundo pesquisa da seguradora Swiss Re, os prejuízos econômicos no Brasil com as enchentes giram em torno de US\$ 1,4 bilhão por ano, e atingem cerca de 33 milhões de pessoas.

Só no Rio de Janeiro, no ano passado, foram computados 1.348 mortos tendo como causa os deslizamentos de terra na região serrana do estado. A pesquisa ainda aponta que mais de 40% da população brasileira está sujeita sofrer com os riscos de enchentes, principalmente os que habitam nas regiões sudeste (15%) e nordeste (13%).

Com o assunto, o mercado de seguros tem muito a contribuir. No entanto, dificuldades são enfrentadas quanto a avaliação de oferta de garantias mais adequadas aos riscos climáticos



e a falta de pesquisas que contenham estatísticas periódicas e precisas dos locais mais propensos a passar por determinados incidentes.

Segundo o Gerente de Riscos da AON Risk, Carlos Bevilacqua, a coleta de dados é muito difícil de se conseguir. A empresa adota certas informações dos próprios segurados, mas o gerente afirma que o mercado precisa de um banco de dados centralizado, de

fácil acesso, que possa ajudar as companhias do setor de maneira eficaz.

A Argo, que chegou ao Brasil recentemente, começa a estudar o assunto para disponibilizar seguros para quem enfrenta tal dificuldade, mas de acordo com a diretora de patrimoniais e engenharia da empresa, Ana Carolina Mello, não há estatísticas, probabilidades e riquezas de dados históricos para se montar um modelo de produtos que atenda a uma massa maior.

“Estamos varrendo órgãos públicos para adquirir informações. Isso é relativamente novo e ainda está muito deficiente no mercado, porque não existe uma garantia de proteção para todos. O setor enfrenta uma combinação de fatores que dificulta a atuação das seguradoras”, afirmou Ana Carolina.

Mesmo enfrentando estes desafios, as companhias fornecem serviços específicos para cobertura de determinados prejuízos, principalmente às empresas.





Carlos Bevilacqua, da AON Risk



Ana Carolina Mello, da Argo Brasil



Fernando Galan, da RSA Seguros

A RSA Seguros monitora os incidentes relacionados a catástrofes como chuvas e deslizamentos e, ao receber o alerta destes eventos, tenta identificar possíveis vítimas para contactar seus clientes e corretores.

A seguradora envia uma equipe de inspetores para a vistoria dos riscos para atender os segurados e minimizar os danos sofridos. Ela obteve registros de sinistros em Blumenau, Santa Catarina (2008), em Ilha Grande, Rio de Janeiro (2010) e na região serrana do Rio de Janeiro (2011).

No caso do atendimento no Rio de Janeiro, incidente mencionado no início desta matéria, a seguradora chegou a montar bases locais para prestar atendimento aos segurados atingidos para facilitar os processos de vistoria e pagamento do sinistro.

Segundo Fernando Galán, diretor de Sinistros da RSA Seguros, a companhia “tem seu trabalho direcionado para garantir que os recursos humanos sejam os primeiros a serem preservados e, posteriormente, acionar os órgãos competentes para atuarem com maior rapidez, e orientar o remanejamento de matéria-prima e maquinário, restabelecendo o funcionamento do negócio no menor prazo possível”.

A AON Risk trabalha com atendimento a empresas afetadas pelos alagamentos cobrindo danos causados, inclusive dificuldades para abastecimento devido a falta de passagem nas estradas para envio das mercadorias ao seu destino.

Bevilacqua descreve que, quando ocorre o sinistro, a seguradora é acionada e agendada a vistoria. A companhia orienta a seus clientes tirarem fotos dos locais como um registro oficial dos danos causados. Minas Gerais foi o estado com maior número de sinistros registrados neste ano pela AON.

O executivo lembra que as grandes empresas possuem e valorizam o seguro, no entanto, isto precisa ser trabalhado nas pequenas e médias, que não possuem ainda a mesma cultura do seguro.

A Argo está com alguns produtos em fase de regulamentação, mas já começa a mapear regiões como Santa Catarina, que possui várias ocorrências de alagamentos, para oferecer ampla cobertura. A seguradora começará a atuar com o seguro empresarial que deverá cobrir mais de 40 tipos de sinistros.

“Estamos desenvolvendo pesquisas relacionadas ao assunto, pois entendemos a necessidade, principal-

mente em algumas épocas do ano, quando há uma concentração de sinistros, com perda de equipamentos”, apontou Ana Carolina.

O presidente da FenSeg e diretor presidente da Porto Seguro, Jayme Garfinkel, lembrou que a Federação já fez uma pesquisa relacionada a catástrofes. No Brasil o tema é ligado basicamente a inundação e este é o desafio atual das empresas do mercado.

“Esse é o nosso desafio atual, mas hoje, infelizmente, a discussão fica mais na negativa de aceitação de certos riscos. Talvez a solução é conseguir um elo entre o governo e o mercado para se obter uma regulamentação que, por exemplo, comece educando a população a não construir em locais de risco”, sugeriu Jaime.

Marcos Lisboa, vice-presidente da Itaú Seguros, complementa a sugestão com a criação de um seguro contingente a uma variável da natureza. “Por exemplo, foi registrado certo índice de chuva, durante um tempo específico, para tanto se paga um valor determinado. Assim é alcançado um recurso rápido no momento que exige respostas imediatas, sem nenhum motivo para dúvidas com relação à cobertura”, encerrou.

# Grupo Bradesco Seguros registra crescimento acima de 20% em 2011

*Companhia fechou o ano com faturamento de R\$ 37,7 bilhões*

O Grupo Bradesco Seguros apresenta faturamento de R\$ 37,7 bilhões até dezembro de 2011 nos segmentos de seguros, capitalização e previdência complementar aberta. Esse valor representou crescimento de 21,3% em relação aos R\$ 31,1 bilhões totalizados no mesmo período de 2010.

O resultado é fruto principalmente da evolução do Grupo em todas as linhas de produtos e negócios nos principais segmentos: 24,5% no VGBL; 20,5% em contribuição de Previdência; 23,7% em Vida; 7,1% em Auto e Ramos Elementares; 22,7% em Capitalização; 21,9% em Saúde.

O lucro líquido do Grupo em 2011 foi de R\$ 3,2 bilhões, o que representa evolução de 10,2% em relação ao mesmo período do ano anterior. Tal crescimento foi alavancado principalmente pela queda de 2,9 p.p. na sinistralidade e melhora no índice de eficiência operacional. O retorno do patrimônio líquido correspondeu a 26% e o índice combinado apresentou redução de 1,5 p.p.

A companhia ultrapassou a marca dos R\$ 100 bilhões em ativos financeiros em 2011. Encerrou o ano passado com R\$ 112,9 bilhões contra R\$ 96,5 bilhões em 2010 – crescimento equivalente a 17%. Atualmente contabiliza 40,3 milhões de clientes entre segurados, participantes de planos de previdência complementar aberta e portadores de títulos de capitalização. O crescimento foi de 11,2% em relação a 2010.

Em 2011, o total pago em indenizações e benefícios atingiu R\$ 23,2 bilhões, evolução de 12% em relação aos R\$ 20,7 bilhões registrados em 2010. O

volume de provisões técnicas também apresentou considerável aumento, alcançando R\$ 103,6 bilhões, contra R\$ 87,2 bilhões no mesmo período de 2010.

O Grupo também contribuiu para popularizar o seguro para as classes C e D, desenvolvendo produtos populares com filosofia e conceito de microsseguro. Com essa iniciativa, conquistou destaque no relatório anual da Microinsurance Innovation Facility - Organização Internacional do Trabalho (OIT), como a única instituição de seguros do Brasil a fazer parte dessa importante publicação.

O reconhecimento, atribuído à vocação e ao conhecimento no mercado de seguros destinado às classes de baixa renda, envolve, também, a capacidade do Grupo Bradesco Seguros em contribuir para promoção da educação financeira e a inclusão social da população. Atualmente, o Grupo possui pelo menos uma família segurada em todos os municípios brasileiros.

No período, o Grupo criou a BSP Empreendimentos Imobiliários, com o objetivo de consolidar a gestão de ativos imobiliários da Organização Bradesco. A nova empresa iniciou suas atividades como uma das maiores do ramo no Brasil, detentora de um portfólio de 840 imóveis, com valor de mercado estimado em aproximadamente R\$ 3,8 bilhões.

A agência de classificação de risco Fitch Ratings, em novembro de 2011, manteve o rating em escala nacional ‘AAA(bra) com perspectiva estável’ e internacional A- perspectiva estável. Esta classificação é reflexo da força financeira e do forte suporte do Banco Bradesco, controlador do Grupo.

A agência de classificação de risco Standard & Poor’s reafirmou, em novembro 2011, o rating Nacional brAAA/Estável. Destacou-se o sólido padrão de proteção financeira e patrimonial que a empresa garante a seus clientes.

## Atuação

O Grupo Bradesco Seguros possui atuação em âmbito nacional nos segmentos de seguros, capitalização e previdência complementar aberta. Em 31 de dezembro, estava composto pelas seguintes sociedades: Bradesco Seguros S.A., Bradesco Auto/RE Companhia de Seguros, Bradesco Saúde S.A., Odontoprev S.A., Atlântica Companhia de Seguros, Bradesco Argentina de Seguros S.A., Bradesco Vida e Previdência S.A., BMC Previdência S.A., Alvorada Vida S.A, Bradesco Capitalização S.A., Atlântica Capitalização S.A. e Mediservice - Administradora de Planos de Saúde S.A.

## Composição

### **Bradesco Auto/RE**

**Escolha Certa** – A Bradesco Auto/RE foi a empresa melhor avaliada na pesquisa feita pela Associação ProTeste (Associação Brasileira de Defesa do Consumidor), que analisou as ofertas existentes no mercado de seguros residenciais.

**Bradesco Auto Center (BAC)** – Novas unidades do Bradesco Auto Center (BAC) foram inauguradas em 2011, totalizando 15 unidades em todo o país.

## Bradesco Capitalização

**ISO 9001** - Primeira e única empresa de capitalização do país a receber o certificado ISO. Em 2009, foi certificada na versão ISO 9001:2008 no escopo Gestão de Títulos de Capitalização Bradesco. Esse certificado, concedido pela Fundação Vanzolini, atesta a qualidade dos seus processos internos e confirma o princípio que está na origem dos títulos de Capitalização Bradesco: bons produtos, bons serviços e evolução permanente.

## Mobile Banking Títulos de Capitalização Pé Quente Bradesco

– lançou o serviço, com o qual foi possível conhecer – por meio de iPhone e smartphones – os produtos oferecidos pela Bradesco Capitalização, além de informações sobre periodicidade, prêmios e vigência de cada um deles.

## Bradesco Saúde

**Início do processo de Acreditação** – A Bradesco Saúde foi pioneira neste tipo de certificação no Brasil. A empresa contratou o Consórcio Brasileiro de Acreditação (CBA), instituição não governamental, representante exclusivo da JCI (Joint Commission International), para certificar seus procedimentos.

**Bradesco Saúde Nacional Flex** – Lançou o plano de saúde com cobertura nacional que reúne grande flexibilidade na contratação. O plano é adequado ao orçamento de pequenas, médias e grandes empresas.

**Bradesco Saúde Perfil** – Após São Paulo (SP) e Rio de Janeiro (RJ), o plano foi ampliado às cidades Belo Horizonte (MG), Blumenau (SC), Salvador (BA), Recife (PE), Campinas (SP), Porto Alegre (RS) e Curitiba e regiões metropolitanas.

**Inauguração da Sala Vip Bradesco Saúde Concierge na Casa de Saúde**



**São José, RJ** - Primeira Sala Vip no Rio de Janeiro, as outras estão localizadas em São Paulo, nos Hospitais Sírio e Libanês, Albert Einstein e Hospital do Coração (HCOR), e no centro de medicina diagnóstica Fleury Medicina e Saúde - unidade Itaim.

## Bradesco Vida e Previdência

**Circuito de Corrida e Caminhada da Longevidade Bradesco Seguros** - Com apoio da Bradesco Vida e Previdência, foram realizadas etapas nas cidades de Marília, Campinas, Bauru, São José do Rio Preto, São José dos Campos, Ribeirão Preto, Sorocaba, Salvador, Brasília, Belo Horizonte, Curitiba, São Paulo, Porto Alegre, Rio de Janeiro, Recife.

Pelo quinto ano consecutivo, o Circuito de Corrida e Caminhada da Longevidade já registrou mais de 165 mil participantes ao longo das 54 etapas realizadas. O valor arrecadado com as inscrições para o Circuito é doado para entidades carentes da respectiva cidade.

**Prêmios Longevidade Bradesco Seguros** - Com três vertentes – Jornalismo, Meio Acadêmico e Histórias de Vida. Foram desenvolvidos objetivando complementar as ações de conscientização junto à sociedade

sobre o tema longevidade.

## Principais ações

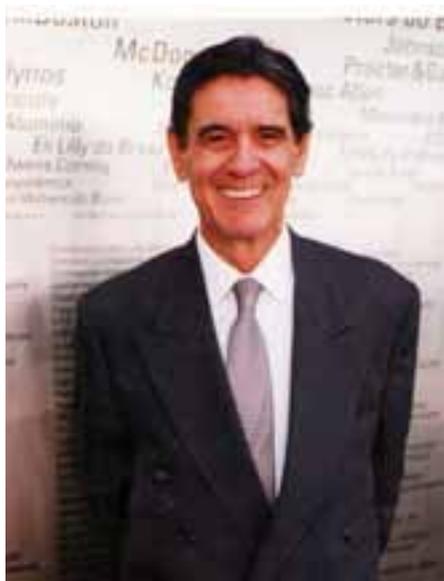
**Circuito Cultural Bradesco Seguros** – Calendário diversificado de eventos artísticos com espetáculos nacionais e internacionais de grande sucesso, em diferentes áreas culturais como dança, música erudita, artes plásticas, teatro, concertos de música, exposições, etc.

Destaque para as peças “As Centenárias” e “A história de nós 2”; e os musicais “Beatles num céu de diamante”, “Um Violinista no Telhado”, “Mamma Mia”, “Baby – o musical” e “Evita”.

Na música, o Circuito foi responsável pela “Série Dell’Arte Concertos Internacionais”. Nas artes, patrocinou a turnê Brasil 2011 do Kirov Ballet, uma das mais importantes e tradicionais companhias de ballet do mundo.

**Eventos esportivos** – Patrocinaadora de atividades ligadas ao ciclismo. Entre os eventos destacam-se o World Bike Tour São Paulo e o Tour do Rio. Apoia, desde 2009, a CicloFaixa de Lazer de São Paulo. Lançou em 2011 o Movimento Conviva, iniciativa que tem como objetivo incentivar uma convivência mais harmônica entre os pedestres, ciclistas e motoristas.

## “Faria tudo exatamente como fiz”



Com mais de 60 anos de experiência no mercado de seguros, tendo começado como auxiliar de escritório e chegando ao posto de presidente da AON Risk Services, Orlando Costa abre sua história para nós e conta um pouco sobre suas lembranças, sonhos e projetos.

O executivo, que inspira a muitos pela trajetória de sucesso, sempre recebe honrarias pela sua dedicação. Em 1997 foi alvo de créditos por completar 50 anos de trabalho no mercado de seguros, pela Associação Brasileira de Gerência de Riscos (ABGR) e, em 2005, recebeu uma placa alusiva em homenagem aos 55 anos de vida profissional dedicada ao setor.

Agora, com seus 80 anos e prestando serviços de consultoria para companhias do mercado, Orlando aponta algumas sugestões para profissionais que desejam adentrar ramo de seguros e dá dicas às seguradoras para estimularem seus corretores a venderem mais e, desta forma, colaborarem para o crescimento da participação do mercado na economia brasileira.

**Nome completo:** Orlando da Costa.

**Onde nasceu:** No Rio de Janeiro.

**Idade:** 80 anos.

**Estado civil:** Casado.

**Tem filhos?** Tenho dois: Orlando Filho, que está com 56 anos, e Maria de Lourdes, de 55 anos.

**Tem algum hobby?** Sim. Leitura.

**Pratica algum esporte? Qual?** Sim. Quando tenho oportunidade pratico natação. Devo respeitar os limites que a idade me impõe.

**Torce para qual time de futebol?** Sou torcedor do Fluminense, do Rio de Janeiro. Sou emocionalmente envolvido com o futebol, principalmente quando se trata da seleção brasileira

**Qual é a sua maior virtude? Por quê?** A permanente procura por crescimento, principalmente espiritual. Gosto também de sempre aprender e me manter atualizado sobre o mercado de seguros.

**E um ponto fraco? Por quê?** Posuo um temperamento explosivo. Não

aceito ofensas ou agressões verbais.

**Faz algum tipo de coleção? Qual e por quê?** No passado colecionei selos, mas nada de muito expressivo.

**Tem algum ídolo? Quem? Por qual motivo?** Sim, Jesus. Pelos exemplos que deixou para nós humanos.

**Uma recordação de infância:** As brincadeiras de rua que as crianças daquela geração podiam praticar sem medo de sofrerem qualquer violência, como ocorre nos dias atuais.

**Tem algum sonho que ainda não realizou? Qual?** Sim, uma visita à Fátima, em Portugal.

**Conte uma viagem inesquecível.** Minha primeira viagem aos Estados Unidos, quando, pela primeira vez, frequentei o rigor de temperaturas inferiores a 0° e a Neve de New York. Desnecessário dizer que cheguei àquela cidade inteiramente despreparado para o clima.

**Uma frase:** “É preciso saber renunciar para não escandalizar”, de São



Orlando com filho e neto, em 2001



Orlando com colegas de trabalho e diretores da AON, em almoço realizado em sua casa, em 2002

Francisco de Assis.

**Como é conhecido no mercado?**

Como um batalhador e respeitador do espaço dos outros.

**Conte um pouco sobre sua trajetória profissional:**

Iniciei minha vida profissional em Janeiro de 1948, na Atlântica – Cia Nacional de Seguros, com sede no Rio de Janeiro, como Auxiliar de Escritório. Passei a exercer funções em algumas áreas técnicas como transportes e incêndio, até alcançar o cargo de Inspetor de Riscos, chegando a uma função importante na aceitação de riscos por parte da seguradora.

Após nove anos me transferi para uma empresa americana de Corretagem de Seguros chamada Johnson & Higgins, hoje incorporada mundialmente pela Marsh, onde permaneci por 17 anos. Em 1975 me transferi para São Paulo como diretor na área comercial da então Brasil Seguros, empresa de capital francês, hoje incorporada pela Allianz, de capital alemão.

Encerrei minha carreira como presidente da AON Risk Services, a segunda maior corretora de seguros do mundo. Em 2001 me aposentei e criei minha própria empresa,



Orlando com a 2ª bisneta, Mariana, em 2011

prestando serviços de consultoria no mercado.

**Depois de trabalhar mais de 60 anos e permanecer profissionalmente ativo, quais conselhos daria aos profissionais que estão iniciando no mercado de seguros?**

Recomendaria que, acima de seus interesses imediatos, se lembrem da principal função de um corretor de seguros que é oferecer aos seus

clientes (com critério e honestidade) o melhor produto que o mercado possa oferecer. Exercer suas funções com dignidade e profissionalismo.

**Durante todo esse tempo, muitos trabalhos e pessoas passaram ao seu redor, o que você faria diferente do que fez?** Creio que faria tudo exatamente como fiz, pois continuo recebendo demonstrações de carinho e respeito por parte de antigos funcionários e colegas de trabalho.

**Qual o segredo do sucesso nesse mercado?** Ter exercido minhas funções com seriedade, dignidade e respeito a todos com quem tive o privilégio de trabalhar e servir como profissional.

**O que as seguradoras deveriam fazer para os corretores venderem mais e, assim o mercado conseguir obter crescimento para chegar próximo a 8% do PIB?** Serem “parceiras” dos corretores, oferecerem seu apoio quando os esses profissionais necessitarem mais delas e lembrarem que o corretor e segurador trabalham visando o mesmo objetivo, que é melhor servir a seus clientes.

**Quais os seus planos para 2012?** Continuar ativo, embora com moderação, para não ter tempo de envelhecer.



Orlando com a família, filhos e netos

### Danielly Ferreira é a nova analista da Tokio Marine

Para atender as demandas de seguro garantia da Regional Sul, a Tóquio Marine contrata nova analista para a área. Danielly Ferreira será responsável pelo atendimento das sucursais dos estados do Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul.

A profissional, que ficará alocada na Sucursal Curitiba, auxiliará na estruturação das operações junto aos parceiros para facilitar e agilizar as negociações lideradas pela equipe comercial.

Danielly é graduada em Administração de Empresas, possui MBA em Gestão de Negócios e tem oito anos de experiência no mercado de seguros.



### AON divulga:

#### Novo diretor comercial corporate

Bruno Amorim responderá por quatro áreas da companhia: AON Merger & Acquisitions Solutions, Financial Institutions, Comercial Corporate e Lazer Esportes e Entretenimento.

O executivo é formado em Economia pela FEA/USP, possui cursos na área de seguros pelo Lloyds em Londres e pela Warthon Business School e atua há dez anos no mercado, com passagens por grandes empresas como AIG, AIU e Zurich.



#### Novo diretor da filial de Curitiba

Após cinco anos ocupando o cargo de Gerente de Relacionamento para Ramos Elementares da unidade de Curitiba, Juliano Trein passa a ocupar o cargo de diretor.

Trein é formado em Administração de Empresas com ênfase em Planejamento e Gestão Empresarial, possui MBA em Finanças e está há 14 anos no mercado de seguros.



#### Nova diretora do Departamento Jurídico

Patrícia Godoy Oliveira é a nova diretora do Departamento Jurídico da AON. A advogada, fluente em inglês, francês e espanhol, já trabalhou em escritórios de advocacia e seguradoras.

Patrícia é formada em Direito pelo Mackenzie, possui especializações em temas de Direito e Administração, Master of Laws pela Universidade de Chicago e MBA (CEAG) pela Fundação Getúlio Vargas.



### Martin South atuará na Marsh Europa

Martin South assume o cargo de diretor executivo da Marsh Europa e deverá se reportar ao presidente da Marsh Europa, Oriente Médio e África (EMEA), David Batchelor.

“Sob a liderança de Martin South, nos últimos cinco anos as operações da Marsh no Reino Unido demonstraram progressos e crescimento substanciais. Sei que ele trará o mesmo foco no cliente e dedicação às nossas operações na Europa”, elogiou Batchelor.

South ingressou na CT Bowring em 1985, empresa que mais tarde tornou-se a Marsh. Em 1996 deixou a companhia para juntar-se à Zurich Re, mas em 2007 retornou à empresa como CEO dos negócios da Marsh no Reino Unido e Irlanda.



### Cesce anuncia novo presidente

Grupo Cesce está com Álvaro Bustamante de la Mora como novo presidente. O executivo terá como desafio dar continuidade ao processo de expansão internacional do Grupo. Até o ano passado Bustamante era responsável pela Direção de Operações pelo Estado, na Espanha.



# Sistemas Seguros

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

✓ *COL  
Gestão de Corretoras*

✓ *SOL  
Gestão de Salvados*

✓ *CGW  
Consultas gerais via Web*

✓ *Gestão de Processos  
para Corretoras*

✓ *MPW  
Multiprodutos Web*

✓ *Desenvolvimento de  
kits e produtos*

**Telefone: 11 3664-2040**

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

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



### 3t Systems apresenta:

#### Germano Guidi como gerente geral

Com cinco anos de carreira na 3T Systems, Germano Guidi assume a posição de gerente geral. O executivo irá se reportar à presidência do Grupo José Alves e responderá pelo trabalho de integração das áreas de desenvolvimento, finanças, comercial, marketing e pós-venda. Guidi é graduado em engenharia elétrica pela Universidade Federal de Itajubá.

De acordo com Guidi, este será um grande desafio que terá pela frente. Ele pretende dar ênfase à estratégia de associações e parcerias, fortalecer a equipe comercial e investir na qualidade de serviços e lançamento de soluções inovadoras.



#### Rubens Pinto como gerente de TI e operações

Rubens Pinto, que há um ano ocupava o cargo de gerente coordenador de TI da 3T Systems, é promovido a gerente de TI e operações. O executivo será responsável por gerenciar todo o processo operacional do cliente, desde o agendamento para a instalação de soluções até o pós-venda, comandando uma equipe com mais de 20 colaboradores.

Rubens é formado em Ciências da Computação pelo Centro Universitário Luterano de Manaus e pós-graduado em Administração de Empresas e Gestão Econômica e Estratégia de Projeto pela Fundação Getúlio Vargas (FGV).



### Seguros Unimed anuncia diretor de operações



O médico e atual presidente da Unimed Intrafederativa Inconfidência Mineira, Helton Freitas, é o novo diretor de Operações da Seguros Unimed, cargo responsável pelas áreas de operações e tecnologias da informação.

Freitas já ocupou outros importantes cargos na companhia como a diretoria de controle da Federação das Unimed de Minas Gerais e a assessoria de planejamento da Unimed de Belo Horizonte.

O médico é graduado em Medicina do Trabalho pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) e especializou-se em Saúde Pública.

### Alfa com novo superintendente comercial

Luiz Alexandre Varani é o novo superintendente comercial da Alfa Seguradora na Região Sul. Desde 2009 na companhia, Varani já ocupou a gerência comercial da filial de São Paulo e da regional de Curitiba.

Formado em Administração de Empresas e pós-graduado em Gestão de Negócios pela Universidade Mackenzie, o executivo possui 20 anos de experiência no mercado de seguros.

### Zurich está com novo CEO de Seguros Gerais



Antonio Cássio dos Santos, CEO de Seguros Gerais da Zurich para a América Latina acumulará, temporariamente, a posição de CEO de Seguros Gerais no Brasil, posição anteriormente ocupada por Marcus Vinicius, que deixou a empresa para se dedicar a outros projetos profissionais.

Cássio trabalhará de forma a dar continuidade à estratégia de crescimento sustentável e de conquista cada vez mais significativa do mercado com foco em seguros corporativos e de automóvel, além de microsseguros e seguros massificados.

## Tempo Assist anuncia:

### Alex Silva na diretoria de Afinidades

Para reforçar a Tempo Afinidades, Alex Silva assume diretoria da unidade de negócios. A missão do executivo será buscar novas oportunidades do mercado em seus diversos meios.

Alex Silva é formado em Administração de Empresas pelo Centro Universitário do Triângulo Mineiro (MG) e possui MBA em Gestão Empresarial pela Fundação Getúlio Vargas. Alex obteve papel de destaque em importantes empresas como AON Affinity, Engeset e Netsite.



### Ruy Vasconcellos na vice-presidência

Graduado em Direito e Administração de Empresas, Ruy Vasconcellos assume a vice-presidência de negócios relacionados à Caixa Seguros da Tempo Assist. O executivo também tem em seu currículo MBA em Plan de Desarrollo de Directivos pela Universidade de Alcalá, na Espanha, e possui ampla experiência na área de seguros.

Em 25 anos de atuação, passou por empresas como a Companhia de Seguros da Bahia, Companhia de Seguros Aliança da Bahia, Companhia Paulista de Seguros, Liberty Seguros, Azecor Administradora e Corretora de Seguros, e nos últimos 11 anos permaneceu na Brasil Assistência, do grupo Mapfre.

## Mondial está com novo CEO

Vincent Bleunven é o novo CEO da unidade brasileira da Mondial Assistance. O executivo, que trabalhou como diretor adjunto na companhia, também já exerceu várias responsabilidades do Grupo na França, no Reino Unido e em Portugal.

Bleunven assume a posição de Dan Assouline que deixou o cargo para comandar a operação do Grupo na França.



## ACE Re apresenta líder comercial

Com 24 anos de experiência no mercado de resseguros, Hélio Noguti é o novo líder da área comercial da ACE Resseguradora no Brasil.

O executivo já adianta que uma de suas primeiras ações será ampliar o quadro de funcionários da resseguradora, isto porque prevê um crescimento expressivo da companhia com os projetos de grande porte no Brasil.



## Assurant admite superintendente

Paulo Edson Santos é a nova contratação da Assurant Solutions. Ele irá liderar a superintendência comercial e será responsável direto pelo canal concessionário da divisão de auto da seguradora.

Há mais de 20 anos no setor, o executivo possui larga experiência na indústria financeira, no segmento de auto, em implantação de projetos de F&I e negócios de garantia estendida para veículos novos e seminovos.

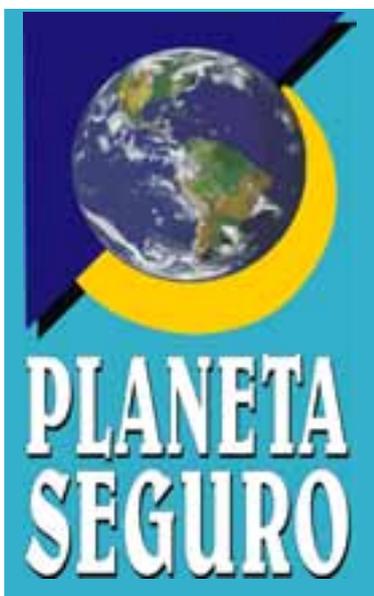
A contratação do executivo faz parte da estratégia da seguradora de se posicionar na liderança deste mercado. A Assurant Solutions está presente em todas as regiões do país e sua rede de concessionárias possui mais de 300 pontos de vendas de garantia estendida.

## Allianz divulga diretor comercial

Ramon Gómez assume como diretor comercial na Allianz Seguros. O executivo irá liderar as diretorias regionais e a superintendência de segmentação e ações comerciais.

Gómez possui 20 anos de experiência no setor financeiro, é formado em Publicidade pelas Faculdades Integradas Alcântara Machado e MBA pela Fundação Dom Cabral.





## Zurich anuncia parceria com a Vivo

Zurich Seguros e a Vivo anunciam parceria para a oferta do “Vivo Proteção Celular”, seguro contra furto qualificado e roubo de celulares, modems 3G e tablets. Os clientes da operadora que já contavam com serviço semelhante passarão a tê-lo administrado pela nova seguradora. Não houve alteração de produto ou mesmo de preços.

Os custos do serviço variam de acordo com o preço do aparelho adquirido, iniciando em R\$ 3,99 e chegando ao valor máximo de R\$ 18,49 mensais. O serviço, que tem cobertura mundial, pode ser contratado pelo \*7348 ou nas 300 lojas próprias e mais 3 mil revendas da Vivo no país. Com este novo cliente, a carteira de Massificados da Zurich Seguros salta para mais de dois milhões de segurados.

<http://migre.me/7LT5L>



## Corretores podem oferecer seguros pelo Facebook

O recém-criado sistema Facebook para Corretores disponibiliza ao público simulações de todos os planos de saúde sem sair da mais acessada rede social. Com isso, os corretores da área de saúde de todo o Brasil têm um sistema de simulação on-line visível para mais de 800 milhões de pessoas.

Dos criadores do sistema Multicálculo Saúde, dedicado especialmente para a atualização de dados de planos de saúde (redes credenciadas de hospitais, médicos, procedimentos,



carências e valores), o Facebook para Corretores utiliza as mesmas bases de informações e equipe de atualização.

<http://migre.me/7L5zu>

## Amil estreia site para linha dental



Amil coloca no ar um site exclusivo para a Linha Dental, que reúne informações sobre planos odontológicos para beneficiários, empresas, corretores e credenciados e conta com uma plataforma simples e interativa para facilitar a navegação.

<http://migre.me/7L5Qv>

## Liberty apoia emblema de competições da FIFA

A Liberty Seguros é a seguradora oficial das principais competições internacionais de futebol, organizadas pela FIFA, que vão acontecer no Brasil em 2013 e 2014. Para estimular o clima de festa, a Liberty apoia a divulgação do emblema oficial da Copa das Confederações da FIFA 2013.



Como estratégia, a seguradora inseriu no site institucional um banner com o emblema oficial estampando um sabiá-laranjeira, uma das aves nativas brasileiras.

<http://migre.me/7LTNX>

## Buonny oferece segurança eletrônica nas escolas

Buonny Projetos e Serviços de Riscos Securitários oferece serviços de segurança eletrônica para escolas. A empresa estuda cada detalhe e desenvolve um projeto personalizado com tecnologia de última geração em segurança eletrônica a fim de aumentar a proteção das pessoas e dos patrimônios.

A companhia realiza monitoramento de ambiente e de cerca eletrificada, envio de apoio móvel no local, monitoramento de ambiente com backup celular, rondas diárias no período noturno e controle do arme e desarme.

<http://migre.me/7L63Z>



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](http://bradescoseguros.com.br).



 **Bradesco Seguros**  
 É melhor ter.