

REVISTA

SEGURO TOTAL

Ano XIV
Nº 130 - 2012
R\$ 15,00



Notável expansão Zurich Seguros cresce em Vida e Previdência

Richard Vinhosa, CEO de Vida & Previdência da Zurich Seguros

XV Conec superou as expectativas e reuniu mais de 5 mil pessoas no Anhembi

Seminário realizado na Câmara dos Deputados discutiu projeto que regulamenta o mercado

Ansp lança biografia em tributo a Manuel Póvoas e dá posse a 33 novos acadêmicos

Especialistas discutem perspectivas da energia renovável em evento promovido pela RSA

Encontro de corretores no Rio de Janeiro aborda as novas oportunidades que os seguros oferecem



RESPONSÁVEL COMO VOCÊ.



R A I 2013

CORRETOR, ENTRE EM CAMPO COM A LIBERTY SEGUROS.

Sua garra dessa vez poderá valer a Copa das Confederações da FIFA 2013.



Baixe um leitor de QR Code em seu celular e aproxime o telefone do código para baixar o ringtone da campanha.

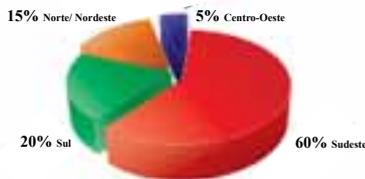
A Liberty Seguros é a Seguradora Oficial da Copa das Confederações da FIFA 2013 e da Copa do Mundo da FIFA 2014™ e quer que você corretor faça parte desse time. A Campanha Artilheiros Liberty já começou. Os melhores poderão assistir de perto aos jogos da Copa das Confederações da FIFA 2013 além de concorrer a brindes oficiais. Não perca tempo, entre em campo e comece a golpear!

Acesse o regulamento na Liberty Web ou na Extranet Indiana e saiba mais!
Se você ainda não é um corretor parceiro, acesse www.libertyseguros.com.br/corretores ou procure uma filial mais próxima de você.



SEGURADORA OFICIAL DA COPA DO MUNDO DA FIFA 2014™

AUTO | RESIDÊNCIA | ACIDENTES PESSOAIS | VIDA | EMPRESARIAIS

EditorJosé Francisco Filho - MTb: 33.063
francisco@revistasegurototal.com.br**Diretor de Marketing**André Pena
andre@revistasegurototal.com.br**Diretor Comercial**José Francisco Filho
francisco@revistasegurototal.com.br**Jornalista**Carlos Alberto Pacheco - MTb: 14.652
pacheco@revistasegurototal.com.br**Repórter**Cristiane Pappi
redação@revistasegurototal.com.br**Publicidade**Bruna Cyganczuk Nunes
bruna@revistasegurototal.com.br**Designer**Diego Santos
diego@revistasegurototal.com.br**Redação, administração e publicidade**Rua José Maria Lisboa, 593
conj. 5 - CEP 01423-000
São Paulo - SP
Tels/Fax: (11) 3884-5966/3884-0905**Distribuição Nacional**

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

Siga-nos e participe das nossas redes**Portal Planeta Seguro**
www.planetaseguro.com.br**Siga nosso Twitter**
twitter.com/seguro_total**Compartilhe nosso Facebook**
www.facebook.com/publisegeditora

Lições proveitosas podem ser extraídas do 15º Conec

Ainda repercute no mercado os resultados do XV Congresso dos Corretores de Seguros – Conec. Sem dúvida alguma, a sua dimensão foi devidamente apreciada pelos congressistas, tal a participação maciça dos profissionais nas palestras, por exemplo. O Sindicato dos Corretores de Seguros no Estado de São Paulo (Sincor-SP) acertou no alvo quando dividiu os temas por auditório e trouxe especialistas de renome para expor suas experiências pessoais e mostrar um horizonte de possibilidades existentes em cada atividade do corretor. Infelizmente, quem perdeu o Conec, perdeu a chance de reunir um conjunto valioso de informações para aplicá-las no seu dia a dia.

*A Revista **Seguro Total** fez uma ampla cobertura do evento, acompanhando todas as palestras, além de ouvir dos executivos e diretores de algumas seguradoras sua impressão sobre o congresso. A palavra das companhias – embora não fosse possível ouvir todos os expositores – reflete, temos a certeza, a visão dos demais players a respeito da dinâmica desta décima quinta edição do Conec. Há um segundo aspecto que merece menção: a reportagem captou o interesse dos corretores por novidades e sua plena adesão à filosofia de trabalho de uma e outra empresa. De certa forma, o interesse dos profissionais se traduziu na ampliação do número de canais de distribuição dos grupos seguradores.*

A matéria capa mostra o trabalho de um executivo que detém a expertise da área de vida e previdência: o CEO deste segmento da Zurich Seguros, Richard Vinhosa. Trata-se de um homem com profundo conhecimento na área em que atua. Carioca de Duque de Caxias, Richard possui experiência fundamental no mercado financeiro, que lhe possibilita entender os mecanismos, do ponto de vista econômico, dos produtos de vida e previdência. Em 45 minutos de entrevista, o executivo detalhou suas atribuições à frente da companhia e fez uma análise percuciente das peculiaridades deste mercado no País.

*Como sempre, **Seguro Total** busca no fato a essência da notícia sob seus mais diversos ângulos. Seus jornalistas, além de estarem atentos aos principais acontecimentos no mundo dos seguros, acompanham a movimentação do mercado, com uma cobertura que prima pela isenção. E também a revista inova, com o Caderno de Sustentabilidade, estimulando a imprensa segmentada a produzir reportagens sobre o tema. Até então, pouco se noticiava a respeito e, agora, existe o interesse latente dos profissionais em discutir pautas e ir a campo. Por fim, agradecemos os leitores pela preferência e prestígio ao longo desse ano.*



14

ZURICH SEGUROS

O CEO de Vida & Previdência, Richard Vinhosa, explica como a companhia evolui nesse segmento



24

XV CONEC

Congresso dos Corretores de Seguros demonstrou porque é considerado o maior evento do gênero no mundo

44

HOMENAGEM

Ansp lança livro em tributo a Manuel Póvoas e empossa 33 novos integrantes



49

PAPO DE EXECUTIVO

O diretor-executivo Comercial da Tokio Marine, Valmir Rodrigues, mostra sua receita de ser bem-sucedido



Informatic@geografica.blogspot

20

SUSTENTABILIDADE

RSA Seguros promove debate sobre energia renovável

SEÇÕES

- 6 Mural
- 14 Capa
- 18 Artigo
- 19 Sustentabilidade
- 24 Conec
- 36 Eventos
- 50 Giro de Mercado
- 54 Portal Planeta Seguro



12

MURAL

Câmara realiza seminário sobre projeto de lei que visa regular o mercado segurador



Revista Veja

6

MURAL

Lógica perversa: roubo de veículos cresce no Brasil porque há recorde nas vendas

Porto Seguro Transportes Monitorados.

A gente não perde
a sua carga de vista.



Informações reduzidas. Consulte as Condições Gerais. Porto Seguro Proteção e Monitoramento Ltda. CNPJ: 02.340.041/0001-52.



O Porto Seguro Transportes Monitorados é um serviço de gestão de riscos criado para minimizar prejuízos causados por roubos de cargas. Para isso, oferece vantagens e diferenciais, como equipamentos e tecnologia de última geração, central própria de monitoramento, estrutura de pronta resposta em todo Brasil e consultoria para elaboração de projetos. Além disso, possui Centro Técnico próprio com fácil acesso pela Marginal Tietê e Rodoanel e oficinas móveis nas regiões de São Paulo, Campinas, Rio de Janeiro e Curitiba, que realizam serviços como instalação, manutenção ou retirada de equipamentos de rastreamento.

Para saber mais, consulte seu Corretor, ligue (11) 3366-3410 - Grande São Paulo ou 0800 727-0343 - demais localidades, ou acesse www.portoseguro.com.br.

**Transportes
monitorados**



Quando o marketing é uma realidade distante

Segundo recente pesquisa, pequenas empresas não medem a eficácia de suas ações

Pequenas e médias empresas precisam mudar seu foco na busca por mais clientes se não quiserem amargar perda de mercado. Em suma essa é a conclusão do estudo Small Business Marketing Survey realizado pela empresa Pitney Bowes Inc. Os famigerados canais de comunicação estão superados. Na verdade, a solução é o multicanal como forma de aumentar a eficiência das taxas de resposta e, assim, ampliar a clientela.

A pesquisa da Pitney ouviu mais de 750 clientes sobre quais os canais preferidos por eles e as ferramentas de marketing utilizadas. “Um número surpreendente de empresas não estão monitorando os resultados das comunicações que enviam para os clientes e prospects, particularmente por meio de

mala direta e e-mail”, afirmou o diretor da Pitney Bowes Software Brasil, Ronaldo Oliveira.

O relatório da Pitney detectou várias oportunidades de novas estratégias de marketing ao empresário. Segundo a pesquisa, a maioria das pequenas empresas não mede o sucesso de suas campanhas de marketing, ou seja, abandonam as métricas. Atenção: 73% dos entrevistados

falham ao usar métricas de e-mail marketing, enquanto 80% não conseguem utilizar as métricas para malas diretas ou para correspondências tradicionais. Quanto ao ambiente digital, as mídias sociais ainda são uma realidade distante. O e-mail é o canal mais utilizado, com 46% da preferência como mecanismo para comunicações de negócios, seguido por telefone (22%) e mala direta (11%).



Ferramenta para facilitar cotação

A SulAmérica Seguros, Previdência e Investimentos desenvolveu uma nova ferramenta para a cotação de seguro para os produtos SulAmérica Residencial, SulAmérica Condomínio e o SulAmérica Empresarial. Trata-se do Cotador RIC, sistema online, desenvolvido para agilizar ainda mais as cotações feitas pelos corretores para seus clientes.

“Este novo cotador permite ao corretor calcular vários produtos em um mesmo sistema, preencher propostas de seguros novos, resgatar dados automaticamente para preenchimento de renovações e solicitar endossos”, explica o diretor de Ramos Elementares da SulAmérica, Luís Alberto Mourão. Outra novidade da ferramenta envolve a realização da cotação do produto Residencial neste novo ambiente online, sem a necessidade do download do kit, ferramenta utilizada até então.

Expansão dos centros de negócios

Dando continuidade ao seu processo de expansão geográfica, a Zurich Seguros inaugurou, em outubro, mais unidades no País. A companhia abriu três filiais no interior paulista, em Bauru, Marília e Presidente Prudente. No total, a Zurich contabiliza oito filiais no Estado de São Paulo. O vice-presidente Comercial de Vida & Previdência, Luiz Barsotti, lembrou que, no início de setembro, foram inauguradas seis filiais com a estrutura de vida e previdência nas cidades de Campo Grande, Cuiabá, Belém, Macaé, Palmas e Sorocaba.

De acordo com Barsotti, a expansão da distribuição de produtos desse segmento para várias regiões do País “acompanha a estratégia da Zurich de capilarizar ainda mais seus centros de negócios e assim desenvolver um relacionamento muito mais próximo dos corretores de seguros e clientes fi-



Medeiros: concentração em esforços nas novas unidades que são estratégicas para a companhia

nais”. Na opinião do diretor Executivo Comercial de Seguros Gerais, João Bosco Medeiros, “o corretor valoriza a seguradora que está próxima dele. E emenda: “Agora concentraremos esforços nestas novas unidades que são estratégicas para a companhia”.

Cuidado: há um motorista de trator em plena rua

Estudo do Centro de Tecnologia Allianz (AZT) apresentou dados surpreendentes: motoristas de tratores causam mais acidentes com danos físicos (63,1%) que outros usuários de estradas (carros, 56,2%, e motocicletas, 47,8%). Na verdade, o uso de equipamentos agrícolas é considerado uma das atividades mais perigosas para os trabalhadores que atuam no campo, de acordo com pesquisa da Organização Internacional do Trabalho (OIT). De cada três acidentes, um ocasiona incapacidade permanente do colaborador.

“O tamanho dos veículos, especialmente quando eles têm uma ou mais carretas, bem como a velocidade muito baixa, colaboram com este resultado”, afirma o diretor do AZT, Christoph



Luis Fernandes/Pimenta Blog.Br

Em 2011, um trator destruiu parede de casa em Ilhéus (BA): cena comum no interior do País

Lauterwasser. Um a cada cinco motoristas de tratores tem idade compreendida entre 15 e 24 anos – o diretor credita tais acidentes à falta de experiência dos condutores. A desobediência das regras quanto à preferencial

(28,7%) e erros ao sair de vias (40,8%) são as principais causas dos acidentes com transportes agrícolas e acontecem, sobretudo, em cruzamentos ou na passagem de uma estrada menor para outra expressa e vice-versa

Lógica perversa: roubos de veículos cresce porque há recorde nas vendas

Crimes aumentam. E a vigilância privada também



Cla. de Carros

Mais automóveis em circulação nas ruas das grandes cidades atacam o interesse dos bandidos: palavra-chave é precaução

O Grupo Tracker realizou mais um levantamento sobre recuperação de veículos. Segundo a empresa, houve aumento de 17,82% de automóveis recuperados no terceiro trimestre de 2012. No período, foram contabilizadas no período 1.025 ocorrências ante a 870 de julho a setembro de 2011. Essa foi a terceira alta consecutiva no número de ocorrências. O gerente de Rastreamento do Grupo Tracker, Jaime Baptista Pirolla, explicou a dinâ-

mica dos números, ao atribuir o recorde de venda de carros ao aumento da frota de veículos nas ruas.

Uma segunda justificativa reside na mudança do Código de Processo Penal, com o advento da Lei 12.403/2011. Pessoas que cometem crimes leves (punidos com menos de quatro anos de prisão) e que nunca foram condenadas por outro delito só serão presas em último caso, pois os crimes ficaram passíveis do arbitramento de fiança por parte dos delegados. Para Jaime, quem é acusado de roubar ou furtar um automóvel é instruído por seu advogado a dizer que apenas receitou o bem. “Com o pagamento da fiança, ele volta para as ruas e continua cometendo novos delitos”, explica.

O Brasil é o segundo país da América Latina, cujo número de seguranças privados é maior do que o de policiais, segundo informações recentes da Organização dos Estados Americanos. Ao todo, são quase cinco particulares para um agente público. Os dados foram divulgados num relatório sobre segurança cidadã nas Américas em 2012 que une dados dos últimos dez anos da polícia, governos federais, institutos de estatísticas e ministérios. O aumento da violência nas cidades é um dos motivos pelos quais a procura pelos serviços de segurança privada, principalmente depois da mudança do cenário brasileiro, cresceu. O Grupo GR acredita que essa ascensão seja resultado do comprometimento das empresas na regularização do setor e dos profissionais, além da responsabilidade em colocar vigilantes nas ruas.





Ainda não inventamos seguro contra quem não oferece Zurich Seguros.

Não corra o risco na hora de oferecer seguros para seus clientes. Com Zurich Seguros você tem a certeza de oferecer o melhor. Eles ficam mais tranquilos e você fecha mais negócios. A Zurich Seguros é um dos maiores grupos seguradores do mundo, com mais de 140 anos, atuação em 170 países e que valoriza muito o Corretor de Seguros. Conte sempre com a Zurich Seguros para o que você precisar.

- Seguro Auto
- Seguro de Vida
- Seguro Residência
- Previdência Privada

Para mais informações, acesse www.zurichseguros.com.br



ZURICH[®]
Seguros

Ótima solução para quem busca realizar o sonho da casa própria

É fato que o uso do Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS) para liquidar ou amortizar saldos devedores de consórcios de imóveis tem sido um procedimento comum no País. Dados da Associação Brasileira de Administradores de Consórcio (Abac) revelam que, de janeiro a julho de 2012, quase 1,3 mil trabalhadores consorciados usaram os recursos do FGTS nesta modalidade de crédito, totalizando investimentos da ordem de R\$ 24,3 milhões. O valor médio da cota mês, em julho, foi de R\$ 101,7 mil, que pressupõe parcelas mensais de R\$ 658, em média, para 180 meses.

De acordo com informações do proprietário da Senzala Corretora de Seguros, André Coutinho, o uso do fundo para o consórcio de imóveis geralmente ocorre para quem busca a casa própria pela primeira vez. “Normalmente, estes recursos são utilizados para compor o valor do lance, seja este fixo ou livre”, explica. O cliente poderá ter o prazo abatido ou abater o valor da parcela em até 50%. Se o percentual de lance ofertado superar 50% da parcela, o prazo também será abatido. Segundo ainda Coutinho, o uso do FGTS para redução do saldo devedor, em cada caso, dependerá da urgência e recursos do segurado.



Locutor Romero Martins

O uso do FGTS para o consórcio ocorre para quem busca a casa própria pela primeira vez

Erguendo a bandeira do corretor

Certa vez, uma consumidora contratou uma advogada para notificar o fabricante por causa de um dano em seu celular. A empresa simplesmente ignorou o documento solicitando o que era de direito: a troca do eletroeletrônico. “Ao citar essas histórias é essencial lembrar a importância do corretor de seguros. Se essa pessoa tivesse ciência que existem seguradoras que efetuam a cobertura de eletroeletrônicos, com certeza ela não teria esse transtorno”,

destaca a jornalista que atua na área de seguros, Karem Soares. No seu dia a dia, Karem alerta o cidadão para a importância do papel do corretor. “O seguro está presente na sua vida não para te poupar do contratempo porque, na hora do sinistro, até o corretor chora quando é com ele! Aquela bendita apólice guardadinha no seu classificador ameniza o seu prejuízo e depois que o desespero passa, você percebe que nem tudo está perdido!”, adverte.

Tecnologia melhora os negócios e traz agilidade contínua

A Brasilcap é considerada a primeira companhia brasileira a utilizar a solução tecnológica HP *CloudSystem Matrix*. A empresa decidiu migrar quase toda sua infraestrutura de TI para a solução de computação em nuvem convergente da HP. O processo de modernização, que teve início em 2005 e conta com várias etapas de modernização, já trouxe melhorias de negócios para empresa e agilidade, além de padronizar todo ambiente de TI. Segundo o gerente de TI da Brasilcap, Felipe Ávila Carneiro, o processo de reestruturação é contínuo. A criação de uma nuvem privada para hospedagem do sistema de missão crítica foi o ponto principal do projeto. Quando iniciaram as mudanças, houve a necessidade de trocar toda a estrutura de TI da empresa. Com a parceria da HP, vieram as primeiras quebras de paradigma. “Apostamos na tecnologia blade e mudamos a forma de contratação, passando a operar no modelo de leasing”, lembrou Ávila.

Reciclagem consciente

Desde o dia 18 de outubro, a Seguros Unimed vem dando andamento à segunda fase do “Projeto Reciclo”. Utilizando estações coletoras, os clientes descartam carteirinhas do seguro saúde para reciclagem em urnas específicas. De forma simbólica, esta etapa foi aberta entre os colaboradores da seguradora, com a instalação das coletoras no hall térreo da matriz, em São Paulo. No final de outubro, duas estações do Metrô também receberam as máquinas. A estação coletora objetiva estimular o descarte correto e seguro de cartões de débito, crédito, fidelidade, seguro saúde, cartões-presentes, entre outros.

* DROGARIA *		
PRODUTO	QT	VALOR
ANTIBIÓTICO	01	R\$ 80,
ANTINFLAMATÓRIO	01	R\$ 40,
ANTIALÉRGICO	01	R\$ 50,
BRONCODILATADOR	01	R\$ 40,
TOTAL		R\$ 210,
		R\$ 105,

DESCONTO SULAMÉRICA SAÚDE
50%

Economizar também faz bem para a saúde do seu cliente.

Cliente SulAmérica Saúde e Odonto tem até 50% de desconto em produtos nas maiores redes de farmácias do Brasil .

Os produtos SulAmérica Saúde e Odonto são completos e oferecem excelentes benefícios para seus clientes: rede qualificada, ampla cobertura, atendimento de qualidade e descontos em mais de 3.300 medicamentos e dermocosméticos em 6.800 farmácias credenciadas.

Consulte a lista completa em: sulamerica.com.br/saudeonline.

SulAmérica. Se aborrecer pra quê?

SulAmérica

associada ao **ING** 

ANS nº 000043

Modernização ou engessamento?

Seminário realizado na Câmara Federal debateu projeto que visa regular o setor

Um movimentado seminário que discutiu o Projeto de Lei nº 3555/04, de autoria do ex-deputado José Eduardo Martins Cardozo, dividiu opiniões dos participantes, no último dia 8, no auditório Nereu Ramos, na Câmara Federal. O PL visa regulamentar o mercado segurador e revoga dispositivos dos códigos Civil e Comercial sobre o assunto. Alguns consideram a medida desnecessária, ao impedir a participação de empregados do setor nos resultados das seguradoras. Outros ponderam que o projeto em tramitação na Câmara é avançado em matéria de regulação e traz vários benefícios do consumidor.



Alexandra Martins/Agência Câmara

Da esq. p/ dir.: deputado Osmar Serraglio (2º vice-presidente), Walter Antonio Polido (PUC-SP), deputado Armando Vergílio (relator), deputado Edinho Bez (presidente), Alessandro Octaviani Luis (USP), Fábio Ulhoa Coelho (PUC-SP) e José Maria Munóz Paredes (Universidade de Oviedo - Espanha)

O superintendente da Susep, Luciano Portal Santanna, alertou para o risco de uma legislação “engessar o setor e aumentar o preço dos produtos oferecidos”. Segundo o professor de direito da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC), Fábio Coelho, o texto determina que o contrato de seguro não pode ser interpretado de forma a prejudicar os demais segurados. Em outras palavras, deve-se evitar que um segurado consiga cobertura para procedimentos de saúde muito caros, promovendo desequilíbrio dos preços para os demais usuários.

O conselheiro da Comissão de Direito Securitário da OAB de São Paulo, Ales-

sandro Octaviani, por sua vez, defendeu que a regulação do setor sofra a mediação política do Congresso e não seja deixada apenas ao Executivo. Em uma audiência pública, que aconteceu no dia 31 de outubro, o deputado federal e presidente da Federação Nacional de Corretores de Seguros (Fenacor), Armando Vergílio, defendeu a aprovação do projeto. Para ele, a legislação do setor precisa de uma atualização que seja feita “de forma integrada” para manter se manter em constante crescimento. Vergílio é o relator da Comissão Especial sobre Normas Gerais de Contratos de Seguro Privado, criada para analisar o projeto.

Produtores precisam de ‘proteção’ para trabalhar

No início de novembro, agricultores familiares de Teresópolis, município da região serrana do Rio de Janeiro, estavam reclamando do atraso de um determinado repasse do governo estadual, que visa ajudar no trabalho nas lavouras de hortifrutigranjeiros. Segundo matéria veiculada na revista *Globo Rural*, dezenas de tratores e equipamentos estavam parados há meses. Detalhe: a

Secretaria de Agricultura e Pecuária do Rio de Janeiro (Seapec) informou que os tratores precisavam de seguro para ser utilizados.

Os produtores foram taxativos, segundo a revista. Afirmaram que não tinham como arcar com esse custo. A secretaria garantiu, porém, que iria regularizar a situação ainda em novembro. Até o fechamento desta edição, as mais

de 40 máquinas compradas com dinheiro público – investimento de R\$ 4,3 milhões – continuavam no depósito da secretaria. Enquanto isso, entidades de cinco municípios da região serrana aguardam o envio dos tratores e outros equipamentos. Em Teresópolis, por exemplo, a produção rural é quase toda sob responsabilidade do pequeno e médio agricultor. E eles precisam muito do seguro.

Curso irá formar safra de administradores de seguros

Ainda se encontram abertas as inscrições para o processo seletivo que formará, no Rio de Janeiro e em São Paulo, as primeiras turmas de 2013 do Curso Superior de Administração com Linha de Formação em Seguros e Previdência da Escola Nacional de Seguros. Alunos

aprovados no Exame Nacional do Ensino Médio (Enem), de 2009 a 2012, podem ingressar na graduação sem a necessidade de prestar vestibular, ficando isentos da taxa de inscrição. “Queremos formar uma nova geração de profissionais de seguros e os egressos do ensino médio

são o nosso mercado potencial”, avalia o diretor de Ensino Superior e Pesquisa da Escola, Claudio Contador. Os interessados podem se inscrever até 7 de janeiro de 2013, pelo www.esns.org.br. Ali estão disponíveis os editais. As provas estão marcadas para o dia 13 de janeiro.



Veja o filme.

www.mapfre.com.br/segueroautomais

No Seguro MAPFRE Auto, o Carlos Casagrande tem o mesmo tratamento que os seus clientes: de celebridade.

- ✓ Desconto de até 40% na franquia.*
- ✓ Indenização integral em até 5 dias úteis.*
- ✓ Guincho gratuito até 250km.*
- ✓ Carro reserva por 15 ou 30 dias.*
- ✓ Página personalizada na internet.*
- ✓ Assistência emergencial para grávida.*
- ✓ Assistência residencial gratuita.*

Um seguro completo para seus clientes. Corretor MAPFRE é mais seguro.

*Este anúncio possui informações resumidas. Consulte as opções de contratação das coberturas e assistências com o seu Corretor de Seguros MAPFRE ou acesse www.mapfre.com.br/aut. O registro deste plano na SUSEP não implica, por parte da Autoridade, incentivo ou recomendação a sua comercialização. Processo SUSEP nº 15414.100326/2004-83 – CNPJ 61.074.175/0001-38.

TRANQUILIDADE PROTEÇÃO DESCONTOS NA FRANQUIA ASSISTÊNCIA RESIDENCIAL PROTEÇÃO INTEGRAL
 PROTEÇÃO DESCONTOS NA FRANQUIA FELICIDADE ASSISTÊNCIA RESIDENCIAL PROTEÇÃO INTEGRAL
 TRANQUILIDADE PROTEÇÃO DESCONTOS NA FRANQUIA ASSISTÊNCIA RESIDENCIAL PROTEÇÃO INTEGRAL
 TRANQUILIDADE PROTEÇÃO DESCONTOS NA FRANQUIA ASSISTÊNCIA RESIDENCIAL PROTEÇÃO INTEGRAL
MAPFRE AUTO | **Seguro**
MAPFRE AUTO
 Pessoas que cuidam de pessoas.

A trajetória de um catedrático e estudioso do mercado

CEO de Vida & Previdência da Zurich Seguros, Richard Vinhosa, analisa a economia brasileira e comenta sobre o desempenho dos produtos da companhia neste segmento

Por Carlos Alberto Pacheco

Experiência alinhada à estratégia. Esse é um binômio que se aplica perfeitamente à atuação do CEO de Vida & Previdência da Zurich Seguros no Brasil, Richard Vinhosa. Meticuloso nas análises, o executivo é sóbrio quando fala do ramo em que atua e das perspectivas no mercado, sob a ótica da Zurich. Ele trouxe contribuições importantes de sua vivência no setor financeiro à companhia. E o seguro só tem a ganhar com isso.

A trajetória de Richard é marcada por passagens no segmento bancário, na área de crédito, varejo e inclusive o corporativo. “É preciso ter uma visão holística do cenário, observando cuidadosamente como funciona o mercado financeiro. Isso permite conquistar uma visão de curto, médio e longo prazo”, explicou. Em sua análise, a economia brasileira mudou muito nas duas últimas décadas e “deverá mudar ainda mais”. O Plano Real estabilizou a inflação, promovendo o crescimento da renda per capita dos brasileiros. Em seguida houve uma explosão do consumo. Esses, segundo Richard, foram os passos iniciais de um processo contínuo de evolução.

Nos próximos vinte anos, o CEO da Zurich Seguros crê na queda mais acentuada dos juros. “As empresas precisarão se reinventar porque juros baixos são um novo modelo necessário ao funcionamento do mercado como um todo”, pondera. Segundo o executivo, a maioria das seguradoras é muito dependente da



A trajetória de Richard Vinhosa é marcada por passagens no setor bancário, varejo e corporativo

receita de investimento. “Esse quadro deverá mudar”, acredita. Graças às várias atribuições que assumiu no mercado financeiro, ele adquiriu um olhar clínico em relação ao mercado de seguros e percebe como os negócios irão se comportar ao longo

“As empresas precisarão se reinventar porque juros baixos são um novo modelo necessário ao funcionamento do mercado”

do tempo. Richard sabe traçar as estratégias fundamentais às empresas que buscam aproveitar as oportunidades em sua área de trabalho.

Para o CEO da Zurich, a economia do Brasil está no caminho certo. E explica o porquê: “Quando um país se desenvolve, as empresas têm plenas condições de se expandir também porque o mercado está crescendo”. Apesar desse crescimento, há, ainda, muitos passos a serem dados. O executivo lembra uma “convocação” recente à Nação feita pelo economista Edmar Bacha, em que prega um controle maior da inflação, cuja consequência imediata é uma redução significativa da taxa de juros. E juros baixos permitem o desenvolvimento da economia.

Nessa linha de raciocínio, Richard destaca a diminuição dos ín-

lices de desemprego em todas as regiões do País. “O Brasil vive, hoje, um momento especial, de pleno emprego, comparado à difícil situação de outros países”, afirmou. Mas, os números favoráveis da economia ainda não encontram eco em setores essenciais da administração pública. A educação, por exemplo, precisa de mais recursos.

O executivo lembrou um detalhe: o Congresso Nacional está na iminência de aprovar uma lei que exige o poder público a dobrar o investimento do Produto Interno Bruto (PIB) no ensino. “A iniciativa é extremamente positiva, embora tal investimento traga resultados em longo prazo. As gerações futuras vão colher esses frutos”, comentou. E acrescenta: “A aplicação de recursos em educação gera produtividade e esse é o grande elemento que alavanca desenvolvimento econômico”.

Richard comentou também sobre a descoberta da camada do pré-sal “que ajuda a conseguir uma base futura de exportação e de consumo interno de petróleo”, além de fomentar uma importante receita em moeda estrangeira. O CEO das Zurich considerou outra questão básica, a do investimento cada vez maior em infraestrutura. E isso inclui a modernização dos aeroportos e do complexo rodoviário. “Resumo da ópera: o Brasil melhorou muito, vão continuar nessa linha de expansão e precisa do trabalho da coletividade – empresários, governo e entidades da sociedade civil”, arremata.

“Sabor brasileiro”

Após uma avaliação macroeconômica do País, Richard comentou sobre o desempenho favorável do segmento de vida e previdência da Zurich Seguros no Brasil. No pri-

“Os nossos parceiros são os corretores. Eles sabem que o foco é atender bem o segurado. Por isso, ganhamos mercado”

meiro trimestre deste ano, a carteira alcançou um crescimento de 83% em prêmios emitidos e de 157% em novas vendas, índices estes comparados com o mesmo período de 2011. “Atribuo esses números à execução da estratégia que foi desenhada quando cheguei aqui, em 2010”, comentou. Richard acrescentou um ingrediente a mais – o “sabor brasileiro” na estratégia.

Num primeiro momento, a companhia trouxe pessoal especializado, talentos indispensáveis para a

execução da estratégia. “Nos últimos dois anos, contratamos cerca de 300 pessoas dedicadas ao business de vida e previdência. Lançamos produtos, reformulamos outros como o vida em grupo, previdência em grupo e previdência individual – este mais recentemente – seguros de vida individual e produtos ligados à cirurgia”, enumerou.

Richard disse ainda que a companhia irá continuar lançando e reformulando produtos com o objetivo de atender às necessidades dos clientes. Em sua opinião, as necessidades também mudam e evoluem. A Zurich Seguros, em sua ótica, tem reais condições de suprir às necessidades atuais e futuras da clientela. O resultado imediato é o crescimento da empresa. “Os nossos parceiros são os corretores. Eles sabem que temos esse foco de bem atender o segurado. Com isso, ganhamos mercado de maneira expressiva”, ponderou. O executivo não tem dúvidas de que a companhia continuará mantendo um nível de crescimento bem acima das atuais taxas de mercado.



Equipe de trabalho de Richard Vinhosa: profissionais competentes e sintonizados com o mercado

Talentos

Richard volta sua análise à contratação de gente especializada. Em sua tese, o grande diferencial de todas as empresas, quer sejam ligadas à indústria ou à prestação de serviços reside nas pessoas e nos talentos. Esse também é o ponto principal que viabiliza a implantação de estratégias. “Veja só: para se executar um plano, uma estratégia, você precisa de pessoas competentes. Mas, se elas não estiverem à disposição, será muito difícil executar a estratégia no prazo”, advertiu.

Hoje em dia, não só no Brasil, mas no mundo todo, existe uma espécie de caça aos talentos. E isso faz com que empresas do porte da Zurich Seguros estabeleçam como condição indispensável ao cumprimento da estratégia a mobilização desses profissionais. “Uma coisa é desenvolver as capacidades internas da companhia, outra são as pessoas. Até porque vivemos num ambiente extremamente estressante, que é o mercado corporativo”, salienta. Esse ambiente vislumbra uma mudança significativa do modelo econômico das empresas e “por isso sempre a preocupação da Zurich de ajudar as pessoas na sua trajetória e avaliá-las dentro do modelo da companhia”. A seguradora, de acordo com Richard, cria planos específicos para o desenvolvimento dessas pessoas e desperta suas potencialidades.

Capilaridade

Richard Vinhosa comentou a respeito do processo de distribuição de produtos da Zurich. A operação do segmento é dividida em quatro pilares – corretores, bancassurance, afinidades e canal corporativo, cada qual um com uma equipe própria e especializada. “Com essa forma de



Segundo o executivo, a companhia cumpre seu papel de estar presente fisicamente em vários lugares

estruturação, a companhia consegue olhar o parceiro/cliente de uma maneira diferenciada e compreende as suas necessidades”, comenta. E diz mais: “No Brasil, poucas empresas de vida e previdência possuem quatro vice-presidentes de negócios. Todos preocupados com o seu respectivo pilar de negócio, objetivando capturar essas necessidades e fazer com que a companhia trabalhe nessa direção, alinhada aos anseios do corretor e do cliente”.

A sustentação desses pilares possui uma base importante: a capilaridade da Zurich no País. O CEO de Vida e Previdência revela que a companhia abriu várias filiais nos últimos meses para aproximar-se dos parceiros comerciais em várias localidades brasileiras. A Zurich abriu unidades em capitais como Vitória, Manaus, Cuiabá, Campo Grande e

Palmas. “Estamos inclusive buscando ocupar espaços no interior. Abriremos filiais nas cidades paulistas de Sorocaba e Piracicaba. No Rio de Janeiro, estamos em Macaé e Volta Redonda. A companhia cumpre seu papel de estar presente fisicamente em vários lugares. A Zurich vai continuar nessa linha de abrir filiais onde elas se justifiquem”, explicou.

Na avaliação de Richard, o desenvolvimento do País caminha em direção às cidades médias. E mesmo abrindo uma pequena filial, a seguradora quer aproximar-se cada vez mais do corretor. Por outro lado, o executivo admite a importância de outros canais de

distribuição, como a internet, por exemplo, com o envolvimento do parceiro. Contudo, a principal estratégia da companhia continua sendo a de inaugurar filiais.

Cenário inevitável: o crescimento do mercado de ‘vida’

Richard possui uma análise particular do crescimento da carteira de vida. Ele argumenta: “O seguro de vida individual e ‘puro’ tem crescido de forma consistente nos últimos anos, uma média de 50% ao ano, mas ainda representa 12% do mercado voltado a essa modalidade de seguro. Quando esse mesmo mercado crescer exponencialmente, com certeza irá ultrapassar os números de negócios, como o vida em grupo ou prestamista. Esse cenário é inevitável – só não sei afirmar com exatidão o prazo, mas pode ocorrer daqui a dez ou quinze anos. Repito: o processo vai acontecer por uma razão muito simples: a estabilidade econômica propiciou às pessoas a ter visão de longo prazo num cenário de inflação baixíssima”.

O aumento da renda e do crédito ao consumidor é fator preponderante nesse contexto, segundo o executivo. “O cidadão que possui mais poder aquisitivo, começa a comprar coisas, adquire bens como eletroeletrônicos, carros e até imóveis. Com o tempo surge a seguinte reflexão: ‘Preciso proteger não só meu patrimônio, mas os meus maiores bens – a minha vida e a integridade da família’”. Num ou-



Richard: “O seguro de vida tem crescido de forma consistente nos últimos anos, uma média de 50% ao ano

tro cenário, ele lembra que, no início da vida profissional, o cidadão jovem preza mais pelo seguro de vida que a própria previdência.

Ao longo do tempo, essa importância é reequilibrada porque a pessoa vai conquistando mais capital em previdência e precisa menos seguro de vida. “Então essa dinâmica faz com que esses dois produtos sejam bastante interligados mentalmente e financeiramente. E, sem dúvida alguma, a gente percebe o brasileiro comprando cada vez mais esses dois produtos”, reconhece. No entanto, os produtos de previdência são bastante procurados, em função de serem isentos do Imposto de Renda, conforme o valor de aportes. “É um fato que estimulou bastante a parte de previdência desde o final dos anos 90. E acho que o seguro de vida está vindo atrelado a isso nos últimos tempos”.

Ampla experiência no mercado financeiro

Richard Emiliano Soares Vinhosa incorporou-se ao Grupo Zurich em novembro de 2010, após uma ampla trajetória no mercado financeiro nacional. Formado em administração de empresas e engenharia de produção (ambos pela Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ), Vinhosa cursou o MBA Executivo da Universidade de São Paulo (USP).

O executivo desenvolveu sua carreira no Citibank, onde permaneceu por 12 anos. Na Metlife Seguros, ocupou o cargo de diretor de operações e relações com os clientes. Sua última ocupação foi na Contax como diretor da unidade de negócios Client Services. Carioca de Duque de Caxias, aos 42 anos de idade, Richard é o CEO da área de Vida & Previdência da Zurich Seguros.

Saiba as peculiaridades do mundo dos seguros e o mundo do Direito

Ivy Cassa*

Nesse mês iniciamos uma coluna aqui na **Revista Seguro Total** que trará em cada edição uma visão jurídica sobre algum tema de destaque no mercado segurador. O mundo dos seguros tem andado movimentado do ponto de vista das novidades normativas em nosso País – uma porção de resoluções do Conselho Nacional de Seguros Privados (CNSP), e mais outras tantas circulares da Superintendência dos Seguros Privados (Susep) foram publicadas, esclarecendo alguns pontos que careciam de normatização.

Logo no início do ano a expectativa era pela entrada em vigor da Circular Susep nº 243/11, que trata das sanções administrativas aplicáveis aos agentes do mercado de seguros. As regras ficaram mais rígidas, o que gerou alguma preocupação quanto aos seus reflexos.

Teve também destaque a publicação de uma nova circular Susep (nº 445/12) que dispôs sobre os controles internos para prevenção e combate dos crimes de “lavagem de dinheiro”. Lavagem de dinheiro, que por sinal foi talvez um dos temas que gerou maior debate neste ano - seja pelas alterações que nossa Lei (9.613/98) sofreu recentemente (pela Lei nº 12.683/12), seja pelas próprias repercussões do julgamento do mensalão. Verifica-se uma preocupação cada vez maior por parte das empresas, inclusive pelas seguradoras e entidades de previdência privada, com relação às normas de compliance.

Mas o assunto mais aguardado e que foi, finalmente, regulamentado, é o microsseguro. Após alguns anos de espera e muita especulação sobre o tema, finalmente foi publicada uma série de circulares, disciplinando diversos aspectos, como a questão dos critérios para defini-

ção de público-alvo, coberturas a serem ofertadas, limites máximos de garantia para cada uma das coberturas, elementos mínimos das condições gerais, prazo para pagamento das indenizações, papel dos correspondentes, dentre tantos outros dispositivos sobre assuntos variados.

Além da questão da inclusão social que tais seguros podem trazer como benefício, parece que o maior ganho para o mercado diz respeito a um início de desburocratização na comercialização dos seguros. Vemos, por um lado, nossa atual lista de verificação dos seguros de pessoas, que é o check-list da Susep para as condições gerais dos seguros, que conta com mais de uma centena de exigências. Por outro, temos agora um novo modelo de negócio, com um pouco mais de uma dezena de itens a serem inseridos obrigatoriamente no instrumento contratual. Migramos de um formalismo quase excessivo para uma nova realidade bem mais informal, mais leve.

Esperamos com isso que, por um lado, essa leveza dos contratos possa permear também os demais seguros, e não apenas os microsseguros, acompanhando também a atual dinâmica da sociedade. E, por outro, desejamos ainda que tal desinformalização venha seguida de segurança jurídica para todas as partes - segurado e seguradora. Além disso, os microsseguros trouxeram à tona mais um assunto polêmico, que é a questão do papel do corretor nesse novo cenário, que nos permite ainda refletir sobre esse mesmo corretor com relação aos seguros em geral.

Para além das mudanças no âmbito infralegal, que são as resoluções e circulares a que nos referimos acima, o mundo do Direito aguarda ainda uma definição sobre o projeto de lei do contrato de seguro (PL nº 8.034/10), que tramita no



Congresso Nacional e certamente trará importantes mudanças na realidade do mundo dos seguros. E, por óbvio, não podemos nos esquecer de que também integram esse nosso mundo jurídico as decisões dos magistrados em matéria de seguros.

Muito se tem discutido sobre novidades em seguros, mas algumas questões fundamentais da própria essência do contrato ainda não são pacíficas em nosso país. Apenas a título de exemplificação, temos a polêmica da liberdade de indicação do beneficiário, e a da dispensa de declaração pessoal de saúde do segurado, no seguro de vida. Não são temas novos - muito pelo contrário, mas são assuntos recorrentes, e sobre os quais ainda pairam grandes dúvidas.

Diante de tantos assuntos por serem abordados, certamente será uma prazerosa missão a de poder mensalmente discutir, à luz dos princípios jurídicos, questões atuais desse mercado tão dinâmico que é o do seguro. Para nós, advogados que atuamos nesta área, é um enorme desafio poder combinar o saber jurídico com o entendimento a respeito da própria operação do seguro, e daí o porquê desta matéria ser tão apaixonante.

Espero poder contribuir para o debate, e fico desde já à espera de sugestões dos nossos leitores para os temas das próximas edições.

*Ivy Cassa é advogada
icassa@klalaw.com.br*

Contribuições fundamentais ao meio ambiente

Prêmio Antonio Carlos de Almeida Braga de Inovação em Seguros cumpre seu papel

Por Carlos Alberto Pacheco

Em agosto, quando a CNseg decidiu prorrogar as inscrições da segunda edição do Prêmio Antonio Carlos de Almeida Braga de Inovação em Seguros para 15 de outubro, já antevia o sucesso da iniciativa. Pois bem, o número de inscrições chegou a 2.380 e superou todas as expectativas. A qualidade técnica apresentada pelos projetos inscritos não deixa dúvidas sobre o alto nível do certame. O prêmio foi lançado em 2011 pela CNseg e reconhece o trabalho dos securitários e corretores que contribuem para a inovação no mercado. O foco da edição 2012 reside nas ações em prol da sustentabilidade.

Até o dia 30 de novembro, os jurados terão de eleger os vencedores com base em quatro critérios, cujas notas variam de zero a dez: originalidade e funcionalidade; integração e relacionamento com as partes interessadas; custos e prazos do desenvolvimento do projeto; e resultados estimados e obtidos. Serão analisados cases que provocam mudança de atitude dos atores sociais ou medidas resultantes em ganhos para a sociedade. Segundo a confederação, “o objetivo é valorizar a inclusão social e a diversidade, a promoção de direitos humanos e a redução de impactos ambientais derivados das operações, entre outros aspectos relacionados ao desenvolvimento sustentável”.

A edição 2012 do Prêmio Antonio Carlos de Almeida Braga de Inovação em Seguros foi organizada três categorias: A primeira é Produto e Serviço. Trata-se de pacote completo de benefícios que os clientes do mercado segurador percebem que obterão se adquirirem o produto nos ramos de segu-



SulAmérica Seguros foi a vencedora do prêmio em 2011: Roberta Ruiz Navarro recebe do próprio Antonio Carlos de Almeida Braga o valor de R\$ 15 mil. Tema de 2012 é sustentabilidade

ros gerais, capitalização, previdência, vida e saúde suplementar. A segunda categoria é Comunicação, que reúne ações de relacionamento envolvendo clientes, colaboradores e parceiros de negócios no sentido de ampliar o engajamento das partes interessadas nos mesmos ramos da primeira categoria. E a terceira é Processo. Nesse caso, são procedimentos ou ferramentas que geram eficiência operacional na oferta de produtos nos ramos citados anteriormente. Os jurados examinarão cases centrados na sustentabilidade e no desenvolvimento do setor.

O anúncio dos vencedores será feito em almoço de confraternização das lideranças do mercado segurador, em 11 de dezembro próximo, no Hotel Co-

pacabana Palace, no Rio de Janeiro. Os cases vencedores receberão troféus e prêmios em dinheiro nos valores de R\$ 15 mil (primeiro lugar), R\$ 10 mil (segundo) e R\$ 5 mil (terceiro).

Conheça os integrantes da Comissão Julgadora: Antonio Pentead Mendonça, membro e conselheiro da Academia Nacional de Seguros e Previdência; Elza Savaget, jornalista e produtora do programa Globo Ecologia; Helio Portocarrero, diretor-executivo da Fundação Casa de Rui Barbosa; Joaquim Falcão, diretor da Escola de Direito da FGV-RJ e membro do Conselho Nacional de Justiça e Mariana Meirelles, vice-presidente do Conselho Empresarial Brasileiro de Desenvolvimento Sustentável (CEBDS).

Potencial para crescer de forma sustentável

RSA promove debate com especialistas, que analisam as perspectivas da energia renovável no Brasil

As fontes renováveis de energia estão ganhando cada vez mais força e crescem na esteira do debate sobre o aproveitamento máximo do potencial hidrelétrico do País. Há dois dados animadores. Primeiro: até 2012, as opções de energia ‘limpa’ devem representar cerca de 20% da matriz energética do País. Segundo: segundo o relatório *World Energy Outlook*, divulgado pela Agência Internacional de Energia (AIE), a demanda por energia no Brasil crescerá 78% entre 2009 e 2035. Nessa perspectiva, de acordo com especialistas, o Brasil ficará apenas atrás de outro emergente, a Índia. Até 2021, o governo e empresários poderão investir mais de R\$ 80 bilhões em fontes de energia renovável.

Esse cenário motivou a RSA Seguros a promover o “Debater – tudo sobre energia renovável, de forma nada convencional”, no dia 17 de outubro, em São Paulo, reunindo um grupo respeitável de debatedores. Sob a mediação do jornalista Paulo Henrique Amorim, apresentaram suas teses o doutor em economia e ex-presidente do Banco Central, Gustavo Loyola, o diretor de Estudos Econômico-Energético e Ambientais da Empresa de Pesquisa Energética (EPE), Amílcar Gonçalves Guerreiro, o coordenador do Programa Mudanças Climáticas e Energia do WWF-Brasil, Carlos Rittl, e a presidente executiva da Associação Brasileira de Energia Eólica (Abeeólica), Elbia Melo.



Carlos Rittl, Elbia Melo, Gustavo Loyola e Amílcar Guerreiro: visões sobre energia numa atmosfera amena

O ex-presidente do BC, Gustavo Loyola, abriu a série de comentários, afirmando que as perspectivas econômicas para o Brasil são positivas. “Estamos saindo da crise norte-americana, a pior desde a Segunda Guerra mundial”. A outra crise, a da Europa, não irá se desdobrar em ruptura. “Acreditamos numa saída em médio prazo”, comentou. Para Loyola, o País reúne condições institucionais para atrair investimentos, como um dos líderes do crescimento mundial. “O Brasil cresce 1% por trimestre ou 4% ao ano. Em 2013, esse percentual ficará entre 3,5% a 4%, embora haja restrição de oferta, baixos investimentos e problemas de infraestrutura”, afirmou.

Na análise da presidente da Abeeólica, Elbia Melo, esse índice de 4% poderá propiciar um ciclo de crescimento no setor eólico em longo prazo, após 2012, um ano que ela considera de “acomodação”. Já o diretor da EPE, Amílcar Guerreiro, preconiza a expansão da oferta de fontes renováveis nos próximos anos. Há desafios, contudo, na transmissão de energia. Segundo ele, “há desafios do ponto de vista ambiental, no tocante ao prolongamento das licenças eólicas na Região Nordeste”. A questão das concessões deve ser analisada por meio de um ambiente político-

institucional, cujas regras devem estar bem claras para que o setor funcione adequadamente.

Elbia defendeu nos investimentos de longo prazo e criticou o fim dos contratos de concessão de energia elétrica em 2015. Em sua opinião, as estatais continuam sendo as grandes investidoras desse mercado. Com isso, o valor da energia sofrerá sensível redução e poderá afetar o fluxo de caixa das empresas. Entidades sindicais de trabalhadores do setor elétrico participaram recentemente da instalação da Comissão Mista do Congresso Nacional, que irá avaliar 431 emendas apresentadas à Medida Provisória 579, que renova as concessões do setor elétrico. “Com o fim dos contratos, a Eletrobrás terá menos dinheiro para investir e precisará de recursos do Tesouro”, ponderou a presidente da Abeeólica.

Sustentabilidade

O coordenador do WWF-Brasil, Carlos Rittl, apontou outro desafio aos debatedores. “É preciso identificar potenciais da biomassa, da energia solar, das grandes e pequenas centrais hidrelétricas, o que podemos aproveitar e de que forma”, reiterou Rittl. O coordenador defendeu o princípio da sustentabi-

lidade nesse caso – equilíbrio nos aspectos econômico, social e ambiental. “É possível fazer escolhas adequadas”, disse. Rittl destacou a posição do Brasil no ranking de investimentos em energia renovável em 2011 – no 8º lugar, atrás de Estados Unidos e China. Foram injetados R\$ 7 bilhões no setor, a maior parte na matriz eólica. Estudo da KPMG International indica um posicionamento diferente. Segundo a consultoria, o Brasil é o sexto maior investidor em energias renováveis, com 43,9% da sua oferta de energia proveniente dessas fontes, enquanto no mundo a média é de 14% e nos países desenvolvidos, de 6%.

Por outro lado, Amílcar enalteceu o potencial hidrelétrico da Amazônia, que gira em torno de 30% a 35%. “Hoje, 90% da matriz elétrica é renovável”, apontou. Nos próximos dez anos, ele prevê expansão de 50% em média na geração. Carlos Rittl reforçou as palavras de Amílcar, lembrando que os modelos da EPE são “muito robustos”. Mas advertiu para o tema sustentabilidade como “questão central do debate”. O ex-presidente do BC retomou a palavra e elogiou o desempenho das empresas brasileiras. “Mas, quando há baixa produtividade, o fato é decorrente



Para a presidente da Abeeólica, desoneração de impostos beneficiou os mercado livre e cativo

de aspectos ambientais, tributários e de mercado de trabalho”, alertou. Cabe ao empresário – de acordo com Loyola – aproveitar as várias possibilidades da energia, ser eficiente no uso e evitar o desperdício.

Algo que inclusive beneficia o empresário, na visão da presidente da Abeeólica, é a desoneração fiscal, por meio da MP 579, que também estabelece reduções nas tarifas residenciais e industriais. “O setor vinha pedindo diminuição dos encargos, sobretudo no transporte de energia. Essa deso-

neração beneficiou tanto o mercado livre, quanto o cativo”, afirmou. A MP fixa uma redução de 16,2% (residências) e 28% (indústria).

Amílcar acredita que esse novo cenário contribui para o aumento da competitividade. Nesse processo três fatores são fundamentais: a tecnologia, o aproveitamento dos recursos e o aumento de escala e a redução dos impostos. Rittl, da WWF-Brasil, reforçou seu discurso de se planejar melhor os potenciais energéticos e aferir os custos sociais e ambientais.

As seguradoras e o papel estratégico da proteção

A indústria de seguros assume um papel estratégico ao proteger empreendimentos de cunho energético. As seguradoras podem garantir riscos de projetos de energia eólica, de reservatórios de hidrelétricas ou das termelétricas. O seguro pode ser o mais diversificado possível. Segundo Elbia Melo, no caso dos projetos eólicos, ela acredita que se deva criar mecanismos de hedge e de seguros. “Sobretudo, quando vamos ao mercado livre, precisamos de um dese-

enho de seguro adequado à fonte eólica, que é intermitente”, reforçou Elbia.

A RSA Seguros definiu recentemente uma estratégia para promover a discussão do potencial e aproveitamento de fontes renováveis de energia no País. Uma semana após o debate (24 de outubro), a companhia lançou sua primeira webserie sobre o evento, que já está no ar – www.youtube.com/debaterenergia. Os vídeos foram produzidos a partir do conteúdo do

próprio debate. “Na qualidade de líderes globais e pioneiros no segmento de energia renovável, a RSA Seguros promoveu este debate com a intenção de reforçar o interesse neste mercado, promovendo uma discussão rica em torno dos diferentes aspectos que o tema energia envolve, além de colocar todo o nosso conhecimento e serviços à disposição das empresas que atuam no setor”, afirmou o diretor comercial da seguradora, Ariel Couto.

Exemplo na reciclagem de eletroeletrônicos



Reciclagem de produtos eletroeletrônicos é fundamental para preservação do ambiente

As seguradoras brasileiras estão cientes da necessidade do processo de reciclagem. Mais um exemplo dessa conscientização surge da Tempo Assist, cuja unidade de negócio focada em assistências especializadas, a Tempo USS, firmou recente parceria com uma empresa do Grupo Ambipar, a Descarte Certo, para realizar um trabalho de separação de produtos eletroeletrônicos. O serviço compreende três etapas: coleta, manejo e reciclagem. É mais um serviço que a Tempo Assis oferece aos seus clientes corporativos.

Equipamentos em desuso, como computadores, monitores, telefones, impressoras e aparelhos de TV, entre outros, passarão por um trabalho rigoroso de gestão. O lixo eletrônico, hoje, no Brasil é uma ameaça constante à qualidade de vida das pessoas. Para o vice-presidente da Tempo USS, Gibran Marona “o serviço terá grande relevância no portfólio das empresas preocupadas com o meio ambiente”. Na opinião do presidente da Descarte Certo, Lucio Di Domenico, a parceria supre uma importante lacuna. “Este é um mercado com grande potencial. Atualmente existem 500 milhões de produtos inutilizados na casa dos consumidores brasileiros”, assinala.

Reconhecimento por detectar riscos

O Índice Dow Jones de Sustentabilidade (*Dow Jones Sustainability Indexes*) destaca empresas com preocupações ligadas à preservação da natureza, responsabilidade social e econômica, além da governança corporativa. Na indústria de seguros, a Allianz é citada por esse indicador. A empresa foi reconhecida por ter praticado várias ações, entre elas a de detecção de riscos – processos e sistemas para identificar futuros riscos ambientais, sociais e éticos no desenvolvimento de produtos – e inclusão financeira, ao providenciar seguros às famílias de baixa renda e contribuindo para o fortalecimento dos sistemas de seguros em países emergentes.

“Estamos muito satisfeitos em sermos novamente reconhecidos por uma grande autoridade. A sustentabilidade é parte importante do negócio da

Allianz como administradora de riscos e investidora em longo prazo”, comenta o head da Allianz4Good, centro de competência para responsabilidade corporativa do Grupo, Daniel Dirks. Segundo informações da seguradora, a Allianz está no Índice de Sustentabilidade Dow Jones desde 2000. Outras agências também reconhecem a companhia em questões ambientais como o Carbon Disclosure Project.

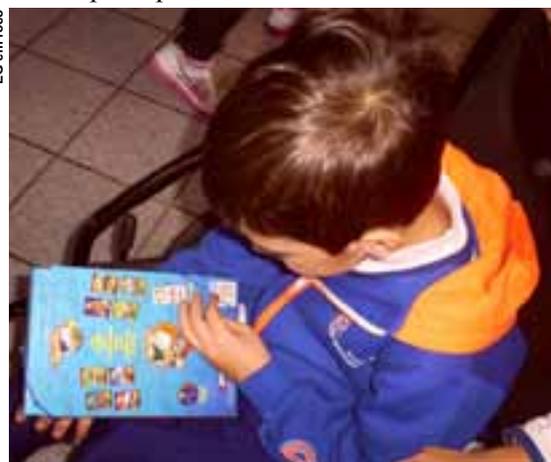


Índice destaca empresas com preocupações ambientais

Prêmio a quem apóia causa social com crianças portadoras de câncer

O grupo segurador Banco do Brasil e Mapfre recebeu uma homenagem durante a cerimônia de entrega do II Prêmio Casa Hope de Responsabilidade Social. A companhia apóia a instituição filantrópica que realiza trabalho social

com crianças e adolescentes portadores de câncer. A segunda edição do prêmio objetivou reconhecer e agradecer empresas, empresários e personalidades que participaram ativamente das ações da entidade nos últimos dois anos.



Entidade trabalha com crianças que têm vários tipos de tumor

O presidente do grupo BB e Mapfre nas áreas de Auto, Seguros Gerais e Affinities, Marcos Ferreira, elogiou as ações desenvolvidas pela entidade. “A Casa Hope realiza um trabalho bonito e importante para a sociedade e que está alinhado com a nossa missão que é ‘pessoas protegendo pessoas’. É um orgulho participar desse evento que celebra os trabalhos em prol da cidadania”.

SEGUROS SEGMENTADOS YASUDA. PARA VOCÊ AMPLIAR OS HORIZONTES DE SEUS LUCROS.

SEGURO YASUDA

**EMPRESARIAL
SEGMENTADO**



Seguros empresariais com coberturas e serviços diferenciados e exclusivos para segmentos específicos.

- Pagamento em até 7 vezes sem juros
- Assistência 24 Horas completa para o seu cliente
- Contratação simplificada

Contact Center: 08000-131516

CONFIRA OS NOVOS SEGUROS SEGMENTADOS:

Yasuda Escritórios e Consultórios
Yasuda Bares e Restaurantes
Yasuda Hotéis e Pousadas
Yasuda Concessionárias
Yasuda Equipamentos
Yasuda Industrias de Metal

EMPRESA SUBSIDIADA DA
 SOMPO JAPAN

www.yasuda.com.br

 **YASUDA**
SEGUROS

Melhores serviços, mais seguro

Congresso mostra grandiosidade e supera expectativas

XV Conec ratifica posição de ser o maior evento do gênero em todo o mundo

Por Carlos Pacheco e Cristiane Pappi

Nos primeiros movimentos da noite do dia 11 de outubro, no recinto do Palácio das Convenções do Anhembi, notava-se que ali estava sendo preparado um acontecimento único. O XV Congresso dos Corretores de Seguros (Conec), promovido pelo Sindicato dos Corretores de Seguros no Estado de São Paulo (Sincor-SP), mostrou a grandiosidade deste que é considerado o maior evento do gênero do mundo. Mais de 6 mil pessoas participaram das palestras, visitaram os estandes da Exposeg – que se destacou pelas inúmeras novidades mostradas pelas seguradoras – e se emocionaram com a história de vida narrada pelo maestro João Carlos Martins.

O tema deste ano, “A Arte de Proteger”, pode ser traduzido em 45 horas de palestras técnicas e motivacionais apresentadas simultaneamente em três auditórios. “A partir de agora, os corretores precisam desenvolver, na prática, tudo aquilo que aprenderam nas palestras”, disse à Seguro Total, o presidente do Sincor-SP, Mário Sérgio de Almeida Santos. Para Mário Sérgio, o nível das apresentações “superou todas as expectativas”.

Um momento que mobilizou a atenção dos participantes foi a entre-



Mário Sérgio abre oficialmente o XV Conec: presidente do Sincor-SP anteviu o sucesso do evento

ga do “Prêmio Personalidade Amiga do Corretor de Seguros 2012” a Jayme Garfinkel, presidente da Federação Nacional de Seguros Gerais (FenSeg) e do Conselho de Administração da Porto Seguro. A homenagem é inédita na história do sindicato, cujo objetivo é distinguir uma personalidade de São Paulo em face dos brilhantes serviços prestados ao setor.

Como entidade que promove ações de responsabilidade social, o Sincor-SP manteve o “Passaporte do Bem”, iniciativa que possui o lastro das principais entidades do mercado. O objetivo é nobre: arrecadar recursos para serem doados a instituições assistenciais. Haverá compras de bicicletas por meio dos recursos arrecadados e, posteriormente, doadas a instituições indicadas pelas 28 regionais do sindicato espalhadas por todo o Estado.

Homenagens

A solenidade de abertura do Conec foi marcada por homenagens a ex-presidentes do Sincor-SP, sendo duas delas póstumas, a Leoncio de Arruda

e João Leopoldo Bracco de Lima. Os dois principais auditórios do congresso receberam o nome dos falecidos dirigentes do sindicato. A mesa de autoridades foi composta por expressivas lideranças do setor. Durante a solenidade, dirigentes de vários Clubes dos Corretores de Seguros de São Paulo e de diretores das Delegacias Regionais do Sincor-SP desfilaram portando as bandeiras de suas cidades.

Em discurso, o presidente do Sindseg-SP e vice-presidente da Escola Nacional de Seguros, Mauro César Batista, destacou a parceria com o sindicato que “humaniza o seguro por meio do megaprojeto “Cultura do Seguro”. O objetivo é mostrar a uma parcela cada vez maior da sociedade a importância do seguro. Já o deputado federal e presidente da Federação Nacional dos Corretores de Seguros (Fenacor), Armando Vergílio, fez uma análise do atual panorama do mercado brasileiro. Sua expectativa é de que, até 2018, o setor dobre a sua participação no PIB, hoje, de pouco mais de 3%. “Inúmeras janelas de oportunidades se abrirão e o corretor aparece como ator principal do ato de proteger”, afirmou.



Corretores e autoridades do setor lotaram o auditório Leonicio de Arruda para a cerimônia de abertura: prestígio indiscutível

Divulgação Sincor-SP

Mercado cresce. E pode atrair novos consumidores

Temas voltados ao seguro mostraram ao corretor o dinamismo do setor no Brasil

Em meio às palestras motivacionais, um tema relevante do mercado mobilizou a atenção dos presentes no auditório Leônico de Arruda, na manhã do dia 12. Sob a mediação do presidente do Sincor-SP, Mário Sérgio Almeida Santos, os presidentes de três federações – Jayme Garfinkel (FenSeg), Marco Antonio Rossi (FenaPrevi) e Marcio Serôa de Araújo Coriolano (FenaSaúde) debateram o tema “Tendências do Nosso Mercado. Impactos na Corretagem de Seguros”.

Garfinkel foi o primeiro a falar e fez um diagnóstico do setor de seguros gerais no País. Destacou o crescimento médio dos prêmios entre 2004 e 2011, a redução do número de reclamações dos consumidores, o lançamento recente do “Guia de Boas Práticas de Seguro de Garantia Estendida” e a participação dos corretores nos canais de comercialização de produtos. Já Márcio Coriolano mostrou ao público a dinâmica do mercado de saúde suplementar, com um dado surpreendente. “No Brasil, mais de 48 milhões de pessoas possuem cobertura de pelo menos um plano de saúde”, revelou. Ainda segundo ele, os seguros coletivos movem o crescimento desse mercado. Em 2011, os planos arrecadaram pouco mais de R\$ 83 milhões – R\$ 83.375.237.

Marco Rossi, por sua vez, afirmou

que a previdência privada vive um momento de grande crescimento em relação há vinte anos. Há uma migração social, sobretudo das classes C e D, a escalas superiores de consumo. Os indicadores mostram uma

nova realidade: o número de jovens da classe média no mercado de trabalho aumentou e as mulheres, hoje, são chefes de família. Pessoas que ganham até R\$ 2 mil correspondem a 54% do perfil do consumidor brasileiro. “Temos de conscientizar os novos consumidores sobre a importância da adesão aos seguros no dia a dia”, advertiu Rossi.

Riscos declináveis

Um time respeitável de debatedores comentou sobre o tema “Quanto o Mercado Perde? Riscos Declináveis e Inspeções de Riscos – Soluções!”, com a mediação do primeiro-secretário do Sincor-SP, Carlos Alberto Pelais. A palestra aconteceu na tarde do dia 12 no auditório João Leopoldo Bracco de Lima. Ivo Falcone (Sincor-SP) definiu os riscos declináveis como “jogo de empurra”, que exige um gerenciamento eficaz. “O corretor precisa saber o que está fazendo e motivar a seguradora a aceitar o risco”, argumentou. Para Falcone, todos devem se especializar para que a operação não sofra prejuízos.

Ademir Simionatto (Simionatto Correto-



Especialistas discutem seguros declináveis e a inspeção dos riscos

ra) lembrou que, nos anos 80, o Instituto de Resseguros do Brasil (IRB) - hoje IRB Brasil Re - aceitava 100% de toda a produção do mercado, sobretudo aqueles seguros negligenciados pelas companhias. Hoje, o panorama mudou – há restrição. “As seguradoras estão mais exigentes”, disse. Já o advogado Adilson Néri Pereira defende uma análise minuciosa das coberturas e como equacioná-las tecnicamente.

“Corretores, seguradores e segurados perdem com a não transferência do risco”, opina Humberto Siqueira Marques (Bradesco Seguros). Segundo ele, as companhias e os segurados devem se ater a uma série de aspectos quanto à melhoria do risco, cada qual assumindo a sua participação. Renato da Cunha Bueno Marques (Sincor-SP) defende a profissionalização do corretor. Em sua opinião, os riscos declináveis são “estressados”, mas representam uma oportunidade de conquista de novos clientes. Por outro lado, o advogado Antonio Penteado Mendonça frisou que não existe risco bom ou ruim, “mas seguro bem ou mal aceito”. Ele entende que há falta de interesse no gerenciamento de risco e na inspeção. “No caso de sinistros grandes, a seguradora não quer perder dinheiro. É o negócio dela”, ponderou.



Jayme Garfinkel, Mário Sérgio, Marco Antonio Rossi e Marcio de Araújo Coriolano: protagonistas de palestra sobre tendências do mercado

Preço justo e o segredo de uma boa venda

Duas palestras no auditório João Leopoldo focam na “matéria-prima” do corretor

Um assunto polêmico para o corretor foi o alvo dos debates na palestra “Preço Justo: ou Poucos Ganham e Todos perdem!”, na tarde do dia 12. Mais uma vez, a mediação ficou a cargo do presidente do Sincor-SP, Mário Sérgio de Almeida Santos. O próprio Mário Sérgio mostrou certa inquietação ao falar que o sindicato recebe frequentemente várias denúncias sobre diferenciação de preços, conforme a modalidade de seguro aplicado. A diferença vai de R\$ 3 mil a R\$ 15 mil.

O diretor-executivo da FenSeg, Neival Freitas reconheceu essa diferenciação de valores, mas lembrou que os riscos assumidos pelas seguradoras estão calcados em um preço justo. O presidente do Sincor-SP foi cético quanto ao fim dos preços diferenciados. “Essas diferenças poderiam, ao menos, diminuir”, ponderou. Freitas lembrou que a CNseg decidiu retomar a formação de um grupo de

trabalho criado no âmbito da Federação Nacional dos Corretores (Fenacor) para discutir a questão.

O delegado do Sincor-SP em Presidente Prudente, Ricardo Ricci Florentino Santos, foi incisivo ao criticar a diferenciação de preços. “Os pequenos e médios corretores, que representam 98% dos profissionais paulistas, estão sendo muito prejudicados com essa situação”, relatou. Esse índice, segundo Ricci, faz parte da segunda edição do Perfil das Corretoras de Seguros (Pecs). Para a advogada especializada em direito do consumidor, Rosana Chiavassa, o cidadão que contrata o seguro também não pode ser penalizado com isso. “A venda dos mesmos produtos com valores diferentes fere o direito do consumidor. Tanto as companhias como os corretores são responsáveis pelo ato”, afirmou.

Preservar o cliente

Para falar sobre Negociação e Fidelização: A Arte de Todo Corretor de Seguros!”, os organizadores do 15º Conec convidaram o escritor e conferencista Sérgio Almeida. Em sua palestra, ele enfatizou a importância do



Almeida: corretor precisa saber concretizar o negócio, valorizando-o

profissional em estabelecer laços confiáveis e preservar a boa relação com o cliente. Em resumo, recomendou Almeida: “Perca a venda, mas não perca o cliente”. Na visão do palestrante, o corretor precisa saber concretizar o negócio, valorizando-o, utilizando bem o binômio atendimento/relacionamento.

Em sua opinião, há vendedores que utilizam de “terrorismo” para garantir a venda e maculam o nome da seguradora. “Eles são incompetentes, pois não tem credibilidade que lhes garanta a perpetuação do negócio”, alertou Almeida. Como forma de evitar uma atuação equivocada, ele sugeriu uma estratégia resumida em três fases. A primeira é a atração dos quatro “pes” – produto, ponto, preço e propaganda; a segunda é a conquista, por meio do atendimento e das vendas e a terceira reside na manutenção – o momento do pós-venda o relacionamento.

Sérgio Almeida é considerado um expert em matéria de clientes e já ministrou várias palestras, seminários e workshops sobre esse tema pelo Brasil. Formado em engenharia mecânica, pós-graduado em organização, sistemas e métodos e professor concursado, Almeida lançou seu primeiro livro – “Ciente nunca mais”, em 1993. Seus nove outros livros publicados sobre o assunto já venderam, juntos, mais de 1,8 milhão de exemplares.



Rosana, observada por Nilson Arellano Barbosa (Sincor-SP) e Mário Sérgio: respeito ao consumidor

Realize bons negócios sem depender do automóvel

Painel reunindo especialistas apontou possibilidades de venda em outros segmentos

Existe um horizonte de muitas oportunidades além do Automóvel. Essa é uma tese defendida por vários diretores e executivos de grandes empresas e que foi alvo de reflexões no debate “Vencer sem Depender do Seguro de Automóvel – Experiências com Carteiras Diferenciadas”, na tarde do dia 13. Participaram do painel Hyung Mo Sung (Zurich Seguros), Júlio César Salles Murat (Sincor-SP), Luciano Lima (SulAmérica Seguros), Márcio Martorelli (Wit Corretora), Nilton Molina (Mongeral Aegon) e Thomas Batt (RSA Seguros). A análise partiu de um dado insofismável: pesquisa recente do Sincor-SP ouviu 1.211 profissionais em São Paulo. Dos corretores paulistanos, 54% que a maior parte de sua receita é oriunda da venda de seguros de automóveis. A carteira também representa 62% das vendas dos profissionais do interior.

Na visão de Thomas Batt, o mercado brasileiro passa por várias mudanças em função do novo perfil do consumidor. As empresas estão reinventando formas criativas de trabalhar. “Há a necessidade de novos produtos, cujo mercado cresce de maneira sustentável”, avaliou. Para ele, os posicionamentos de corretor e seguradora devem ser diferenciados. Uma saída é a aposta em nichos. “O caminho, então, é buscar atualização da base de clientes, identificação de oportunidades e trabalhar o *cross-selling* de novos produtos”, explicou Batt.

Já Hyung Mo Sung informou que o setor de automóveis representa quase um terço (29%) das vendas da indústria de seguros. “O corretor con-



Segundo dados de Hyung, corretor concentra, em média, 60% de seus negócios no ramo de automóvel

centra, em média, 60% de seus negócios no ramo de automóvel”, acrescenta. Hyung sugeriu uma análise do ponto de vista do cliente. Quais são as suas necessidades? Existem compradores em potencial para outros produtos? Na ótica do executivo da Zurich, é preciso definir prioridades para satisfazer os anseios do consumidor. “Será que o cliente não deseja um seguro de vida ou residencial?”, questiona mais uma vez Hyung. A resposta surge a partir da reinvenção de procedimentos e negócios.

Segundo Luciano Lima, há um cenário que está se delineando no Brasil. “Há inúmeros automóveis com sensores de proximidade, GPS, equipamentos anticolisão, rastreadores e dispositivos para deficientes visuais. Com essa tecnologia, o seguro passa a ter valor secundário”, ponderou. Lima enfatizou uma alternativa ao corretor: o seguro saúde

coletivo. “O mercado de pequenas e médias empresas (PMEs) oferece oportunidades e demanda por seguros”, afirmou.

Nilton Molina, por sua vez, comentou sobre a importância do corretor especializar-se. Molina compara o profissional a um médico especialista ou generalista. “O corretor não precisa necessariamente atuar em um único segmento”. Molina propôs a abertura de novos horizontes profissionais. O presidente do Conselho de Administração da Mongeral Aegon salientou as peculiaridades das atuações por carteira – se na carteira de automóvel o profissional presta serviços, no segmento de vida ele é um vendedor nato. “O corretor tem de avaliar o sinistro e as respectivas coberturas, sobretudo a financeira”. Ao final do debate, os congressistas esclareceram dúvidas do público.

Gestão e tecnologia propiciam bons resultados

Debates focaram em temas distintos, que visam à robustez dos negócios



Debatedores abordaram questão ligada à fusão de pequenas empresas

A primeira palestra do dia 12, realizada no auditório João Leopoldo, trouxe o tema “Novos Modelos de Gestão para Empresas Corretoras de Seguros”. Os executivos Jaques Carasso (Brasil Insurance), Marcos Abarca (União Nacional dos Corretores de Seguros – UNCS); José Luis Ferreira da Silva (Porto Seguro), Roger Da Fre (Sustentare), Marcos Machini (Liberty Seguros) e Boris Ber (Asteca Corretora) mostraram suas visões sobre o assunto.

O fenômeno de rollup, - processo de fusão de pequenas e médias empresas -, é uma tendência para os próximos dez anos e serve, segundo Carasso, para o fortalecimento das companhias. “Só no mercado americano a previsão é de que ocorram duas mil fusões e acredita-se que o mesmo ocorrerá no Brasil”, revelou.

Outros pontos positivos da estratégia são o desenvolvimento das empresas e compartilhamento de soluções. Para Abarca, além desses aspectos, o processo deve respeitar as características da corretora. O executivo acredita que as fusões possam contribuir para menores gastos administrativos, mas acredita em outras alternativas. “Uma possibilidade pode ser a indicação de um corretor especialista em um segmento para outro, como quem cuida da carteira de automóvel indicar um amigo corretor de vida a seu cliente”, ponderou.

Já segundo Da Fre, o modelo ado-

tado pela Sustentare tem dado muito certo. A empresa é fruto da fusão entre oito corretoras que, ao perceber o baixo rendimento, unificaram-se, centralizando a administração.

E, assim, as empresas focaram nos resultados para os próximos cinco anos. Atualmente, a Sustentare obteve um crescimento de 30% com lucro de R\$ 20 milhões.

Machini destacou que, nos últimos dez anos, as fusões também acontecem entre as seguradoras. A vantagem, segundo ele, é a maior perenidade da empresa. Boris Ber comentou sobre a necessidade ou não da união com outras empresas e se, além ser um bom negócio, o novo modelo fará o empresário feliz.

Internet

Na manhã do sábado recomeçaram os debates no auditório João Leopoldo Bracco de Lima. O painel “Venda de Seguros pela Internet: Ameaças ou Oportunidades?” reuniu especialistas de renome – Cláudio Royo (diretor executivo da Economize no Seguro), Francisco Aranda (diretor da Ernst & Young), Simone Martins (diretora regional de Jundiaí do Sincor-SP), Eugênio Velasques (diretor executivo da Bradesco Seguros), Murilo Riedel (vice-presidente da HDI Seguros) e Alexandre Mantovani (da Comissão de Corretores do Futuro do Sincor-SP). A mediação coube à Leilane Stron-

gen (vice-presidente do Sincor-SP).

Uma pesquisa recente da Ernst & Young com segurados europeus saltou aos olhos dos participantes: mais de 40% deles preferem negociar com corretores via internet, mas apenas 14% fecham um contrato on-line e 45% optam pelo contato pessoal ao adquirir um seguro. Esses números foram apresentados por Murilo Riedel, da HDI, para quem a internet, embora traga oportunidades, ainda tem um limite bem estabelecido. “Há, ainda, respeito pelo mercado tradicional”, comentou.

Já Simone Martins, do Sincor-SP, destacou que o Brasil é o quinto país mais conectado do mundo. Segundo seus dados, há 80 milhões de usuários e uma produção de R\$ 18,7 bilhões em vendas on-line por ano. Em sua visão, o negócio de seguros de automóveis pela internet representa 1% de todas as vendas. Em quatro anos, a perspectiva é que chegue a 8%”, acredita. Ela destacou a importância da ferramenta multicálculo, que oferece mais eficiência e rapidez nas cotações. “Se, por exemplo, a resposta para uma cotação feita com seis seguradoras pela web demora, em média 35 minutos, com o multicálculo, esse tempo é reduzido de três a cinco minutos”, comparou.



Painel “Venda de Seguros pela Internet: Ameaças ou Oportunidades?”

Busca do conhecimento é a solução dos problemas

Painéis mostram que boa relação com os clientes deve prevalecer em todos os momentos

“Você Sabe Analisar e Potencializar a sua Carteira?”. Esse foi o tema do painel realizado no auditório João Leopoldo, na manhã do dia 12, que teve a mediação do primeiro tesoureiro do Sincor-SP, Orlando Filipe de Gouveia. Estima-se que, em 2020, o consumo de produtos alcance nada menos que R\$ 3,5 trilhões. Nesse cenário, o corretor que deseja alavancar os negócios não pode perder essa oportunidade.

Segundo dados do diretor da Porto Seguro, Rivaldo Leite, 80% dos corretores atuam no segmento de automóvel, 7% em vida e 4% em consórcio. “De uma frota de 73 milhões de veículos no País somente 18% são segurados”, afirmou Rivaldo. E ressaltou: “A empresa deve atender o que o consumidor procura, porque não é só o seguro de automóvel que garantirá o futuro”.

Além do ‘auto’, já foi dito em painéis anteriores que existe um horizonte de possibilidades. E porque não um pouco mais de audácia? E aos mais audaciosos, de acordo com dados do diretor comercial da Mapfre, Jonson Marques de Sousa, o mercado de seguro rural promete um crescimento de 138%, seguido dos seguros de riscos (82%) e vida (81%).

No que se refere à área administrativa, o diretor de Desenvolvimento da

Sistemas Seguros, Silvio Gardin, deu dicas corporativas para intensificar as relações com os clientes. “Toda apólice não renovada possui um motivo. Será que seu sistema possui os motivos pelos quais o cliente não renovou? Como converter isso para os próximos anos?”, provocou o executivo. Já o mentor do Clube dos Corretores de seguros de São Paulo, Alexandre Camillo, ressaltou a importância de se engajar e entender o cliente, buscando a forma de fidelizá-lo.

Troca de ideias

Um outro painel marcou o final dos debates no auditório João Leopoldo, na tarde do dia 13 de outubro. “Papo Sério: o que os Corretores de Seguros e as Seguradoras Reclamam?” foi mediado pela vice-presidente do Sincor-SP, Cássia Maria Del Papa. O painel promoveu uma troca de ideias entre corretores e seguradoras, que ponderaram sobre as queixas e caminhos para se alcançar melhoria nas relações entre os consultores e as empresas.

O coordenador da Comissão de Benefícios do Sincor-SP, Adevaldo Calegari, acredita que há falta tempo para os corretores conhecerem os produtos. “Tem de se buscar mais informação sobre o produto antes de efetuar a venda, utilizando as ferramentas disponibilizadas pelo mercado”, afirma. Segundo o diretor



Especialistas argumentar sobre a melhor forma de analisar a carteira

Regional do Sincor-SP em Piracicaba, Carlos Alberto Caporali, do número de reclamações que chegam ao sindicato, a maioria é relacionada ao desconhecimento do produto.

Uma sugestão para minimizar os problemas apontados seria a corretora limitar a quantidade de empresas trabalhadas. “Assim o profissional terá maior domínio sobre a empresa e os produtos”, apontou o vice-presidente da HDI Seguros, Flávio Rodrigues. Em contrapartida, o diretor de Automóveis da SulAmérica, Eduardo Dal Ri, afirmou que as seguradoras estão mais acessíveis e preocupadas em atuar de forma simples com os corretores, investindo em treinamentos.

O diretor executivo Comercial da Metlife, Márcio Magnaboschi, enfatiza que a corretora deve rever suas convicções e, se preciso for, mudar sua posição. “Será que conseguimos ser bons em tudo? Então porque não ter um foco e se especializar, buscar estratégias e uma proposta de valor com diferença ao mercado?”, questionou. A diretora do Sincor-SP, Claudia Regina Sacalina Camargo, concorda com as informações de Márcio e incentiva os corretores a planejarem sua atuação para conquistar seu espaço no mercado.



Corretores e seguradoras ponderam sobre a melhoria nas relações entre eles

Estratégia para obter sucesso com boa gestão

Palestras ministradas por docentes mostraram a importância de ser eficiente no trabalho

Recursos humanos, marketing e vendas são três vertentes que se interligam numa mesma área de atuação. Especialistas e professores universitários ministraram palestras sobre esses temas no auditório Octávio Milliet. Abrindo essa série de conferências, no dia 12 de outubro, o professor de marketing e comunicação Edison Talarico apresentou o tema “Vendas: Como não Perder Negócios”. Na ocasião, Talarico abordou quatro aspectos relacionados às vendas – como não perder negócios, as razões que justificam a sua perda, “o passado não garante o futuro” e o ciclo de vendas, desde o estilo “generalista” em 1900 até o “especialista” (2000). O professor explicou aos presentes a forma de se medir o valor do cliente, a argumentação e os funis de venda.

Ainda na manhã do dia 12, a escritora e mestre em Psicologia da Saúde, Denise Manfredi falou sobre “Gestão de Pessoas: Desenvolvimento de Equipes”. Em sua análise, essa gestão se faz num ambiente de trabalho agradável, condição sine qua non para que haja pleno desenvolvimento das ações corporativas. Nesse contexto é preciso eliminar conflitos nesses ambientes. Essa decisão facilita o processo de liderança de pessoas, as principais habilidades e estilos de liderança.

No início da tarde, o professor da Fundação Getúlio Vargas e MBA, Pérsio Talarico, discorreu sobre “Tecnologia: Mídias Sociais e Digitais como Ferramentas de Negócios” em um auditório lotado. Pérsio reiterou as diferenças conceituais de mídia social e rede social. “Enquanto as mídias abrem espaço para as pessoas compartilharem conteúdos, visões e opiniões, as redes são sites de relaciona-

mentos, individuais ou coletivos, com os mais variados objetivos”, explicou. Pelo fato dessas ferramentas promoverem a interação de grupos, certamente a concretização de negócios é inevitável.

Em seguida, o professor e pesquisador Tertius Machado abordou o tema “Gestão de Pessoas: Desenvolvendo Competências Humanas e Organizacionais”. Em sua palestra, Machado esclareceu que a gestão de competências vem sendo adotada por várias empresas, com o objetivo de propiciar um melhor desempenho de seus colaboradores. O mapeamento das competências organizacionais e humanas possibilita a aplicação de conceitos e métodos na gestão das organizações.

Marketing e tecnologia

No dia 13, o professor e conferencista Marcos Cobra discorreu sobre “Vendas: O que o seu Cliente Realmente Deseja?” Reforçando conceitos de palestras anteriores, Cobra abordou as facetas do marketing e sua aplicabilidade no dia a dia das empresas. “Os focos do corretor precisam estar centrados no valor, relacionamento, benefícios e públicos de interesse”, enfatizou. E na era digital, o profissional precisa desenvolver competências, superando o ponto crítico do atendimento. Na visão do palestrante, o corretor tem de ser amigo do cliente, mestre (compartilhar o que sabe) e empreendedor (buscar novas idéias), entre outros comportamentos.

Na segunda palestra do dia, o consultor e analista de TI, Paulo Moraes, abordou um tema palpitante, com o título “Tecnologia: Usando a Informática para Fortalecer o seu Negócio”. De



Burbrigde apresentou a palestra “Gestão de Pessoas: Construindo Vantagens Competitivas”

fato, o a venda de produtos e serviços (inclui-se, sobretudo, o seguro) ganhou definitivamente o mercado digital. Moraes comentou sobre a importância das mídias sociais, que ajudam a empresa a fortalecer a sua marca e o corretor a disseminar o trabalho de venda. Essas mídias geram mais negócios e clientes abrem um novo leque de possibilidades.

E, por último, o mestre em economia e professor de negociação, Marc Burbrigde, apresentou a palestra “Gestão de Pessoas: Construindo Vantagens Competitivas”. Para Burbrigde, as organizações devem se atentar para o fato de que, dependendo do ambiente corporativo, haverá a necessidade de mudança no relacionamento entre os gestores e suas equipes, bem como a importância da boa gestão para se alcançar vantagens competitivas. O ciclo de palestras no auditório Octávio Milliet terminou com uma mesa-redonda formada por professores universitário que dirimiram várias dúvidas do público sob a ótica de “Gestão & Liderança”.

A voz das companhias e sua visão sobre o congresso



Barsotti: fortalecer parceria com o profissional

Novidades para o corretor

A reportagem da **Seguro Total** iniciou pela Zurich Seguros seu giro por alguns estandes. Lá ouviu o vice-presidente Comercial de Vida & Previdência Luiz Barsotti. Para ele, a companhia aproveitou a magnitude de um evento como o Conec para fixar a marca. “Estamos voltando ao mercado de varejo e nada melhor que esse congresso para relançar os nossos produtos de forma competitiva”, afirmou. Ele revelou sua satisfação em receber os corretores no estande, mostrando-lhes

as novidades. O vice-presidente da Zurich lembrou um aspecto importante desta edição do Conec: “Queremos fortalecer a parceria com os corretores”.

Na ocasião, a seguradora lançou o Zurich Previdência Individual, seu mais novo produto no segmento. Outra novidade foi a Cobertura de Cirurgia, criada para auxiliar financeiramente o segurado quando uma cirurgia é inevitável. Já o Viva Mais Flex, seguro de vida individual que possui formato inédito, traz novidades nas coberturas e assistências.



João Francisco, gerente de AC Rio Preto, Milton Natali, e o vice-presidente Comercial Flávio Rodrigues

Satisfação com o bate-pronto

O presidente da HDI Seguros, João Francisco Borges da Costa, também definiu o Conec como oportunidade única da empresa mostrar seus serviços aos clientes e corretores. Em sua opinião, o evento possui três grandes objetivos: a) melhor a auto-estima do corretor por meio das palestras motivacionais e técnicas; b) exibir as últimas tendências do mercado e c) propiciar chance

aos profissionais conhecer melhor as companhias.

Costa fez questão de frisar o sucesso do serviço de bate-pronto, que agiliza o atendimento do sinistro. “O índice de satisfação dos clientes é de 90%”, diz, satisfeito. No estande, a companhia promoveu algumas atividades: ‘leds’ gigantes, recheados de atrações como jogos eletrônicos, SPA, brindes, além de caricatura digital em caneca personalizada.



Luchetti: identificação de nichos específicos

Seguros além do automóvel

Entusiasmada com o Conec, a Porto Seguro recebeu os corretores para apresentar o seu mix de produtos. E o mais interessante: seguros fora da linha de automóveis. “Procuramos identificar nichos específicos”, declarou o vice-presidente executivo, Fábio Luchetti. Dois exemplos de produtos diferenciados da Porto Seguro são o seguro segurança e o help desk para a terceira idade.

Já o vice-presidente Comercial, José Roberto Montoro, enalteceu o congresso,

definindo-o como grande pólo de atração de todos os segmentos. “Queremos mostrar ao corretor as oportunidades que existem além do automóvel”, reforçou. O objetivo, segundo Montoro, é esclarecer aos parceiros comerciais formas inteligentes de aumentar os negócios, fidelizando os clientes inclusive. A seguradora aposta no sucesso no pequeno e médio corretor. “Gostaríamos que o profissional se especializasse em várias carteiras”, revelou.

Divulgação Sincor-SP



Jonson: há troca valiosa de experiências no 15º Conec

Troca essencial de experiências

A Mapfre Seguros também enxergou no Conec um evento único para fortalecer o relacionamento com o público-alvo. “Aqui, manifesta-se a troca de experiências entre os próprios corretores e entre estes e as seguradoras. É uma forma de eles saírem da rotina”, opinou o diretor comercial Jonson Marques de Sousa. “Eles devem perceber a sua importância no cenário nacional e internacional”, complementou.

A companhia lançou um programa de incentivos Mapfre DNA que, até dezembro, premiará os corretores com uma viagem para Las Vegas. Em seu estande, uma equipe de diretores territoriais chamava a atenção, transmitindo informações sobre produtos e serviços a quem os procurasse. Além dela, algumas atrações atraíram a presença do público, entre elas o garoto-propaganda da Mapfre, o ator Carlos Casagrande.



Guilherme: mudança de consciência profissional

Diversificação das carteiras

“Nós estamos dando a nossa contribuição em termos de solução para seguros aos corretores”, informou o vice-presidente comercial da Regional SP da Icatu Seguros, Guilherme Hinrichsen. O objetivo é mostrar ao corretor a diversificação das carteiras. A companhia completa o portfólio nos segmentos de vida, previdência, capitalização, além, evidentemente, do automóvel. “Queremos que haja uma mudança de conscientização por parte

do profissional”, avisou Guilherme.

A Icatu mobilizou seu staff empresarial a serviço do público, orientando quanto à aquisição de produtos nas áreas de vida e previdência. Na ocasião, Guilherme antecipou à **Seguro Total** o lançamento de 12 produtos inéditos que aconteceu em jantar com os corretores no dia 22 de outubro, em São Paulo (*leia matéria nessa edição*). Um diferencial da Icatu é um serviço de orientação para quem quer administrar bem os seus recursos.



Carreira: produtos ajustados ao mercado

Soluções ajustadas ao segmento

Participando mais uma vez do Conec, a Autoglass mostrou sua expertise a milhares de pessoas de vários estados brasileiros. Seus executivos interagiram junto aos profissionais e demais prestadores de serviço. O objetivo foi o de mostrar ao visitante (ou potencial cliente) os serviços prestados pela empresa, especialmente como aproveitar melhor o vidro, além da proteção a faróis, lanternas e retrovisores. “Oferecemos produtos mais ajustados às necessidades do segmento”, resumiu o presidente da

Autoglass, Fernando Carreira.

O congresso deste ano superou as expectativas de Carreira. “Conseguimos reunir idéias importantes e sugestões dos profissionais. Aproveitaremos essas informações para nortear algumas ações a serem aplicadas no futuro, sobretudo em termos de expansão da nossa e diversificação das atividades”, comentou o presidente. Segundo ele, os corretores saíram do estande da Autoglass sabendo como oferecer aos seus clientes soluções em matéria de vidro automotivo.



Francisco: profissionais de outros estados no Conec

Política de “portas abertas”

O foco no Nordeste e Centro-Oeste é preferencial em 2012. Com esse espírito, embora não despreze outras regiões brasileiras, a Marítima Seguros recebeu inúmeros corretores, executivos de seguradoras e demais profissionais em seu estande. “Notamos aqui a movimentação de vários profissionais fora do eixo Rio-São Paulo. Em relação a outros estados, a Marítima pretende obter resultados em médio prazo”, afirmou o vice-presidente da companhia, Francisco Vidigal Filho, o Kiko. Durante o congresso, a Marítima enfatizou a sua

política de “portas abertas”, com a qual pretende consolidar sua parceria com os corretores de todo o País.

O público pode conhecer o mix de produtos da Marítima nas áreas de automóvel, saúde, vida e riscos especiais. Além disso, uma das novidades foi a instalação de dois totens nos quais os visitantes postaram nas redes sociais suas fotos como participantes do evento e compartilharam mensagens como reforço às ações da companhia sob o conceito “Bom Te Ver Bem”, adotado pela seguradora para disseminar ações de cidadania e qualidade de vida.



Macoto: crescimento acelerado da companhia

Seguros pessoais e empresariais

A Yasuda Seguros participou do 15ª edição do Conec, trazendo aos corretores novidades em seguros pessoais e empresariais. “A Yasuda registra crescimento acelerado tanto no segmento corporativo como no de seguros massificados”, afirma o diretor-executivo Luiz Macoto. Na opinião do gerente de Gestão Estratégica, Rogério Terenciano, a companhia sempre assumiu uma posição de transparência aos profissionais do setor. Dada a importância do evento,

o presidente da Yasuda, Hidenori Endo, marcou presença no estande. “O Grupo Sampo (controladora) decidiu investir no Brasil graças ao cenário econômico favorável no País”, realçou.

O portfólio de seguros pessoais engloba produtos de auto, residencial, acidentes pessoais, além do recém-lançado Yasuda Residencial Simplificado. No ramo empresarial, destaque para transportes, vida em grupo, acidentes pessoais e empresariais segmentados dos clientes, entre outros.



Carla destacou a cultura do seguro

destacou a diretora comercial da região centro-norte, Carla Abreu. Segundo ela, os profissionais estão mais receptivos aos produtos de vida e previdência. “Há uma demanda muito grande pelos nossos serviços”, reiterou Carla.

Segundo dados da companhia, mais de 300 profissionais brasileiros se cadastraram para estreitar o relacionamento com a Mongeral, além de mais de 2 mil corretores e parceiros de negócios que visitaram o seu estande. No congresso, foram realizados seis ‘quiz’ sobre a história da empresa e duas edições da “Sexta Super”, tradicional encontro semanal realizado em cada uma das 55 unidades da seguradora em todo o País.

Vida e previdência

Com a certeza de que o mercado brasileiro tem um potencial a ser desbravado, a Mongeral Aegon Seguros e Previdência participou do 15º Conec para reafirmar a sua marca junto ao público. “Mostramos ao corretor a importância de se trabalhar a cultura do seguro de vida”,



Machini: Congresso evolui a cada ano

Movimento excepcional

“O Conec evolui a cada edição tanto ao nível das palestras, quanto ao dos conferencistas”. Essa é a definição clássica do vice-presidente Comercial da Liberty Seguros, Marcos Machini, em relação ao evento. Satisfeito com a visita dos corretores do estande, Machini acredi-

ta que o congresso de 2012 é um dos que teve a maior presença de público – “o movimento foi diferente em relação aos anos anteriores”. E lembrou um detalhe: o interesse pelas palestras foi grande, comprovado pelo número de profissionais que participaram dos temas.

Uma visita ilustre atraiu as atenções no estande da empresa. Trata-se do pentacampeão Cafu, astro da campanha publicitária da Liberty. O ex-capitão da seleção brasileira atendeu corretores, executivos e a imprensa. Além dele, a mascote oficial da Copa de 2014 também foi o alvo das atenções do público.



Márcio: plano de trabalho junto com os profissionais

Fortalecimento da parceria

Na opinião do diretor-executivo de Vendas da Metlife Seguros, Márcio Magnaboschi, o Conec serviu como oportunidade fantástica de estreitar ainda mais o relacionamento da empresa com os corretores. “Ao fortalecermos a parceria, consolidamos a marca”, emenda Márcio. Segundo ele, a Metlife divulgou novidades em matéria de produtos e soluções para o mercado. E deixou claro: “Queremos desenvolver com os profissionais um

plano de trabalho com suas sugestões, na medida em que eles e nós possamos ganhar dinheiro”.

A MetLife ofereceu aos corretores planos odontológicos, seguro de vida individual e em grupo e planos de aposentadoria, como fundos multipatrocinados e entidades abertas (PGBL e VGBL). Para o diretor-executivo, o objetivo vai além de apresentar o portfólio de produtos, ao explicar aos visitantes de que maneira a Metlife atua no mundo e quais são as suas estratégias de crescimento.



Presidentes Akira Harashima (Tokio Marine), Mário Sérgio de Almeida Santos (Sincor) e Valmir Marques

Resultados da capacitação

A Tokio Marine Seguradora também saiu bastante satisfeita com o XV Conec, justamente num momento em que a companhia atingiu

todas as metas. “Reunimos um time de corretores produtivos. Esse é o resultado no nosso investimento em capacitação”, revelou o diretor executivo Comercial, Valmir Marques Rodrigues. Nos últimos doze meses, segundo Valmir, a Tokio Marine aumentou o quadro de profissionais de vendas. “Tratamos o corretor com respeito – ele sempre é bem-vindo ao nosso estande”, declarou.

A companhia promoveu uma série de ações de marketing durante o congresso. Entre as iniciativas, a Tokio organizou uma espécie de “ação de

guerrilha”, com a distribuição de 15 mil lixeiras no estacionamento do Anhembi e nos principais hotéis onde os congressistas ficaram hospedados. A ideia foi a de transmitir os conceitos de tranquilidade, proteção e confiança. Outras ações incluíram cabine fotográfica com painel temático de Miami, destino do próximo Evento Diamante, e confecção de botton com a logo ou nome da corretora. Para o Dia do Corretor de Seguros (12 de outubro), a companhia exibiu em um painel flashes com os logos de todas as corretoras de sua base.



Menezes: relação centenária com o corretor

Relação centenária com o corretor

O 15º Conec demonstra a força da categoria em todo o Brasil. Essa máxima unânime foi defendida abertamente pela SulAmérica Seguros. O CEO Thomaz Menezes lembrou que a companhia possui uma relação centenária com os corretores, pois ela nasceu trabalhando com esses profissionais. Com o tempo, provaram que seriam parceiros de primeira hora na distribuição de novos produtos. “Temos feito um trabalho calcado em seis pilares: pessoas (contratação de técnicos e mão de obra especializada), estrutura (física e organizacional), sistemas, processos e produtos .

Somos inovadores em serviços 24 horas e capitalização”, argumentou Menezes.

Esse ano a SulAmérica trouxe novidades em um dos estandes, caracterizado como bar alemão, oferecendo um local agradável ao corretor. De acordo com o diretor de marketing Zeca Vieira, o objetivo é remeter a simbologia a uma das premiações do P.R.A. Super Campeões. Tal ação integra o Programa de Reconhecimento ao Corretor, que, em 2012, oferecerá aos vencedores uma viagem à Alemanha. Já no segundo estande a seguradora cativou um público imenso com uma pizzaria, intitulada “Se aborrecer pra quê?”.

Saiba como trabalhar em equipe e ser um líder nato

Palestras motivacionais mostraram ao profissional o caminho para obter o sucesso

O auditório Leoncio de Arruda foi palco de várias experiências profissionais relatadas por escritores, especialistas em treinamentos e gestão de pessoas e empresários. Todas as histórias recheadas de exemplos de superação e criatividade – daí serem palestras motivacionais. A primeira delas, “A Arte de Vencer Desafios”, na manhã do dia 12, mostrou como o alpinista, fotógrafo e escritor Waldemar Niclevicz alcançou todos os seus objetivos. Niclevicz contou sua emoção ao chegar ao topo da montanha mais alta do planeta, o Monte Everest, situado entre a China (Tibete) e o Nepal. Ele usou esse exemplo como forma de estimular os corretores a vencerem os desafios da profissão.

Em seguida, na palestra “A Arte de ser um Show em Vendas”, o escritor César Frazão, com muito bom humor, incentivou os corretores a vender o seu produto. De forma explicativa, Frazão falou como deve ser feita a venda, as atitudes que precisam ser tomadas e qual a melhor forma de obter lucro batendo as metas. Com extensa experiência na área de vendas, o palestrante é formado em administração de recursos humanos, especializado em vendas para mercados competitivos pela Bell South Atlanta (EUA).

Já o administrador e especialista em Gestão de Equipes, Eduardo Tevah, explicou sobre “A Arte de Vender Mais e Superar a Concorrência”. Ele apontou para um cenário: há cada vez mais empresas competindo com produtos cada vez mais parecidos e preços cada vez mais próximos. Nesse ambiente, os profissionais de vendas farão a diferença, desde que não fiquem limitados em seu campo de atuação. Eles – no caso os corretores –

precisam saber maximizar as vendas e derrubar “mitos” de forma prática e objetiva.

Viagem em um veleiro

“A Arte de trabalhar em Equipe e Vencer Adversidades” narrou as aventuras da Família Schürmann a partir de 1984. Liderados pelo empresário Vilfredo, a esposa Heloísa e os filhos Pierre, David e Wilhelm navegou ao redor do mundo a bordo de um veleiro. Partiram de Florianópolis (SC) e passaram dez anos velejando pelos oceanos Atlântico, Pacífico e Índico, tornando-se a primeira família brasileira a realizar a proeza. E qual a lição que tira do corretor deste feito? “É preciso renovar metas a todo o instante”, respondeu Vilfredo.

Na palestra “A Arte de Conseguir mais Equilíbrio e Produtividade”, ministrada pelo cientista da computação, Christian Barbosa, o público aprendeu como administrar melhor o tempo quanto às tarefas diárias. Christian mostrou quais os métodos e as ferramentas para alcançar os objetivos

com apenas uma boa administração do tempo. Christian explicou como fez para abrir sua primeira empresa aos 15 anos. Ele é, até hoje, a pessoa mais nova a participar de um curso na Microsoft. Ele é o fundador da Triad Productivity Solutions, consultoria multinacional especializada em produtividade e colaboração.

E, por fim, a escritora e empresária Nelma Penteado falou sobre “A Arte de Criar Relacionamentos e Bons Negócios”. Em sua fala, Nelma alertou ao profissional a necessidade de atender o cliente com excelência, visando oferecer um serviço de qualidade. Essa diferença, segundo ela, transforma o atendimento em resultados concretos e excelentes negócios. Após a palestra da escritora, aconteceu a apresentação do teatro corporativo “O Monge e o Executivo”. Trata-se da história de Leonard Hoffman, famoso empresário que abandonou uma brilhante carreira para se tornar monge em um mosteiro beneditino. A peça ensinou os princípios fundamentais dos verdadeiros líderes. (B.N.)



Christian Barbosa falou com entusiasmo sobre “A Arte de Conseguir mais Equilíbrio e Produtividade”

Tempo de buscar oportunidades e enfrentar desafios

IV Enconseg reúne 2 mil corretores e os principais players do mercado

No dia 19 de outubro, cerca de 2 mil profissionais participaram do IV Enconseg - Encontro de Corretores de Seguros do Estado do Rio de Janeiro, realizado no Centro de Convenções SulAmérica. Com uma programação diversificada, o evento exibiu palestras comandadas por figuras de renome das áreas de seguros, varejo e tecnologia. Neste ano, o tema do evento foi “Corretores de Seguros, Tecnologia e Oportunidades”. O presidente do Sincor-RJ, Henrique Brandão, abriu o IV Enconseg. Segundo ele, em face do crescimento do setor nos últimos anos, o novo consumidor está mais seletivo e menos influenciado pelas marcas.

No segmento de saúde suplementar, o presidente da Agência Nacional de Saúde (ANS), Maurício Ceschin, fez uma análise otimista do atual cenário. Ele garantiu: são boas as perspectivas de crescimento do setor no País. Porém, advertiu: “O próprio envelhecimento da população é fruto de importantes conquistas sociais, mas ao mesmo tempo impõe desafios ao setor”. Para o presidente da FenaSaúde, Marcio Coriolano, esse mercado apresentou uma particularidade em relação a qualquer outro setor de seguros – a alta taxa de sinistralidade. O dirigente destacou também que a saúde suplementar movimentou o maior volume de contratos no setor de seguros. Até 2017, ele espera que 30% da população esteja coberta por planos de saúde”, projetou Coriolano.

O superintendente da Susep, Luciano Santanna, ratificou as palavras de Ceschin e Coriolano, afirmando que o momento favorável do País



Garfinkel: mercado não só é capaz de produzir mais, como de atender melhor os seus usuários

traz reflexos ao setor, com o crescimento do mercado de seguros que atinge “índices recordes com a inclusão de novas camadas da população”. O presidente da FenSeg, Jayme Garfinkel, complementou: “o mercado de seguros não só tem capacidade de produzir mais, como está atendendo melhor os seus usuários”.

Longevidade

O vice-presidente da CNseg e presidente do Conselho de Administração da SulAmérica Seguros, Previdência e Investimentos, Patrick Larragoiti, afirmou disse que a melhoria da eficiência é um desafio permanente do mercado, o que requer investimentos frequentes em tecnologia e capacitação. Ele reforçou a tese do presidente da ANS e destacou a longevidade da população, lembrando que hoje os brasileiros com mais de 60 anos já represen-

tam mais 20% da população.

O presidente da FenaPrevi e da Bradesco Seguros, Marco Antonio Rossi, reafirma um fenômeno defendido por boa parte do setor: no Brasil há um significativo aumento da concentração de pessoas na classe C. De acordo com Rossi, já existem 53,9% de pessoas nesta categoria, contingente que possui poder de compra para contratar seguros. Em sua opinião, tais fatores garantem resultados sólidos para o setor.

O consultor da IBM Brasil, Roberto Ciccone, por sua vez, falou de confiança, a transparência e tecnologia, aspectos de valorização dos produtos e serviços em seguros. “Neste caso, a cobertura da proteção vem na frente do valor do contrato da apólice. A clareza e a honestidade geram maior confiança na relação entre o consultor de seguros e o segurado”, explicou.

Vestibular 2013

Graduação em Administração com linha de formação em Seguros e Previdência



**SUA CARREIRA
EM SEGUROS
PASSA POR AQUI!**

INSCRIÇÕES
ABERTAS ATÉ
7 DE JANEIRO

No Curso Superior de Administração com Linha de Formação em Seguros e Previdência você tem toda a formação de uma graduação tradicional em Administração. O diferencial são as mais de 500 horas/aula em disciplinas específicas sobre seguros e temas correlatos.

É esse diferencial que vai impulsionar sua carreira!

Inscriva-se já no processo seletivo.
Porque as oportunidades estão à sua espera.
E a nossa Escola, também!

Exame Nacional do Ensino Médio (ENEM)

Alunos aprovados nos anos de 2009, 2010, 2011 ou 2012, ingressam sem prestar vestibular e isentos de taxa.

Outras formas de ingresso:

Transferência Externa
Portadores de Diploma



ESCOLA SUPERIOR
NACIONAL DE SEGUROS

FUNENSEG

INSCREVA-SE: www.esns.org.br

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



ESCOLA SUPERIOR NACIONAL
DE SEGUROS DE SÃO PAULO

FUNENSEG

Novos produtos para facilitar a vida do corretor

Em jantar, Icatu anuncia aos profissionais produtos de vida e planos de previdência

No dia 25 de outubro, a Icatu Seguros reuniu os corretores paulistas em um jantar em São Paulo para anunciar a sua nova linha de produtos nos segmentos de vida e previdência. O vice-presidente de Planejamento e Vendas da companhia, Luciano Snel Corrêa, fez uma rápida apresentação dos números da Icatu. Só no primeiro semestre de 2012, a seguradora obteve R\$ 1,2 bilhão em faturamento. Em ativos, soma R\$ 10 bilhões. Ela ocupa o primeiro lugar no grupo das seguradoras independentes nos produtos de vida e previdência.

De janeiro a junho, a Icatu conquistou mais de 6 milhões de clientes,

o que perfaz um lucro líquido de R\$ 104 milhões. “Nós investimos R\$ 70 milhões nos últimos seis anos

em sistemas”, informa Corrêa, ao justificar a importância dos procedimentos tecnológicos como processo facilitador de atendimento aos corretores. Em 2012, a companhia cresceu mais de 50% nos seguros de vida e ultrapassou 100% em previdência.

A executiva da área de Produtos e Marketing da Icatu Seguros, Aura Rebelo, apresentou os novos produtos. Segundo ela, o portfólio da companhia possui algumas vantagens importantes. “Nossos produtos possuem uma

boa relação custo-benefício, a



Aura: produtos têm boa relação custo-benefício e remuneração é atrativa aos corretores

remuneração é atrativa aos corretores, existe agilidade nos processos operacionais e qualidade no atendimento, além da renovação contínua das ofertas”, destacou. Os seguros de vida e planos de previdência anunciados podem ser pactuados entre si e chamaram a atenção dos profissionais presentes. Ao final da apresentação, o vice-presidente Comercial, Guilherme Hinrichsen, agradeceu a participação dos presentes. “Tivemos o mérito de reunir parceiros comerciais importantes da capital e do interior”, enfatizou o VP.



Luciano, Aura e Guilherme: parceria com os corretores de SP

Segurança dos componentes pode dificultar furto de carros

Em coletiva à imprensa, no último dia 25, o Cesvi Brasil – Centro Experimentação e Segurança Viária apresentou em sua sede o novo índice de furto, que classifica os veículos de acordo com a disponibilidade dos componentes destinados à segurança patrimonial. O Cesvi é um centro de pesquisa que estuda a adoção de fórmulas da reparação automotiva e provém medidas para a melhoria do setor automotivo. O Índice de Furto leva em consideração itens de segurança dos 20 veículos mais vendidos no País - segundo dados da Federação

Nacional da Distribuição de Veículos Automotores (Fenabrave).

Os dispositivos escolhidos passam por rigorosa avaliação técnica, segundo sua afetividade contra o crime. Com o novo índice, o Cesvi Brasil pretende mostrar de forma objetiva ao consumidor quais são os veículos mais bem equipados, cujos dispositivos dificultam o roubo. “O nosso objetivo é orientar o cliente na hora da compra, oferecendo a ele informações de qualidade e que colaborem para a proteção de seu patrimônio”, afirmou o diretor executivo do Cesvi, Almir Fernandes.

Entre os componentes avaliados há imobilizadores, chaves do veículo, posição da bateria, alarmes, travas de volante e vidros laterais laminados. Técnicos do centro concluíram que o a chave, o alarme e o imobilizador são, respectivamente, os itens de maior peso no cálculo final do índice. Segundo afirmou Fernandes aos jornalistas, após as análises, foi obtido um resultado final que classifica os veículos estudados numa escala variável de zero a cinco estrelas. Conheça toda a lista do Índice de Furto por meio do site da instituição – www.cesvibrasil.com.br.

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



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

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

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

81 anos de atuação no mercado mundial. 36 anos de atuação no mercado nacional.

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

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

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

Rua Jesuino Arruda, 769 - 7º/9º/13º/14º andares - CEP 04532-082 - Itaim Bibi
São Paulo - SP - Brasil - Fone (11) 3079-6944 - Fax (11) 3079-1409
info@engeval.com.br - www.engeval.com.br - www.arcaudis.com



ENGEVAL
ENGENHARIA DE AVALIAÇÕES

Excelente negócio para o corretor

No seu tradicional almoço mensal, o Clube dos Corretores de São Paulo (CCS-SP) trouxe como convidado especial o superintendente executivo da Bradesco Vida e Previdência, Carlos Eduardo Sarkovas, que falou aos presentes sobre como os produtos deste segmento podem ser bons investimentos com incentivos do Imposto de Renda. Realizado no Circolo Italiano, em 6 de novembro, foi o primeiro almoço interativo, com a participação in loco dos corretores, que, segundo o mentor da entidade, Alexandre Camillo, propicia a ampliação dos negócios dos profissionais. Antes da palestra, Camillo falou sobre a nova gestão do biênio 2012/2014 e a adesão do clube ao facebook.

Sarkovas falou sobre o tema

Juros menores obrigam ajustes internos

A Escola Nacional de Seguros promoveu uma mesa-redonda com importantes homens ligados ao seguros e às finanças que analisaram “Os Efeitos da Atual Política de Juros no Mercado de Seguros e Previdência” no Hotel Maksoud Plaza, em São Paulo. Questões relacionadas à redução da taxa de juros e seus efeitos macroeconômicos, custo de financiamento público, atração de investimentos externos e a inadimplência mereceram ponderações específicas.

Para o economista da Escola Nacional de Seguros, Lauro Vieira de Faria, as seguradoras promoveram ajustes expressivos como forma de conviver com pequenas taxas de juros. “Contudo, elas precisarão adotar estratégias que não comprometam o nível de retorno financeiro ao acionista”, advertiu Faria. O economista fez uma pesquisa



Sarkovas (ao centro) junto com a diretoria do Clube dos Corretores de SP: primeiro almoço-palestra

“Novo mundo, novas oportunidades”. Inicialmente, o executivo argumentou que há um nítido aumento de longevidade no planeta, o que exige a preocupação das pessoas em garantir renda em sua velhice. E um plano de previdência seria a bola da vez nesse cenário para os corretores,

que poderiam, assim, impulsionar os seus negócios. “É preciso aproveitar a oportunidade de vender previdência agora, no final do ano”, sugeriu. Para ele, o corretor deve ser uma espécie de consultor, orientando os consumidores quanto à melhor escolha do plano.

Chave para um ambiente saudável

Uma boa gestão dos planos de saúde representa um desafio para as empresas face ao envelhecimento dos funcionários e ao aumento das doenças ocupacionais motivadas por um ambiente de trabalho estressante. Esse dilema ficou evidente no seminário “Valor Humano: Gestão de Saúde e NeoEmpresa”, promovido em 10 de outubro na sede da HSM Educação, em São Paulo. Segundo o diretor de benefícios da MDS Consultores de Riscos e Seguros, Rildo Silva, o caminho para se atingir o equilíbrio é o gerenciamento prévio dos riscos. Rildo defendeu que a diferenciação ocorre na adoção de programas de qualidade de vida e prevenção de sinistros. O seminário teve a presença do ex-vice-presidente da Odebrecht, César Souza, uma das principais autoridades do Brasil na área de gestão de pessoas. (BN)



Sistemas Seguros

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

✓ COL
Gestão de Corretoras

✓ SOL
Gestão de Salvados

✓ CGW
Consultas gerais via Web

✓ *Gestão de Processos para Corretoras*

✓ MPW
Multiprodutos Web

✓ *Desenvolvimento de kits e produtos*

Telefone: 11 3664-2040

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

Site: www.sistemas-seguros.com.br



Seguro sequestro a produtos náuticos

Durante evento em São Paulo, braço especializado da Liberty acenou para novos negócios aos corretores

Divisão estratégica de produtos da Liberty Seguros, a LIU (Specialty Lines Division) tem um objetivo ambicioso, porém realizável: tornar-se um dos principais provedores de produtos e serviços para corretores em todo o País. E foi com essa disposição que a unidade de grandes riscos da Liberty



Renato Rodrigues: cobertura de seguro sequestro e extorsão pode chegar a R\$ 50 milhões

realizou o evento “Be The Expert”, no Hotel Blue Tree Faria Lima, em São Paulo. O evento teve um alvo específico: os corretores de seguros. Na ocasião, a LIU mostrou aos participantes a sua apólice de seguro sequestro e extorsão. O produto é voltado à proteção de grandes executivos, empresários e dirigentes públicos. Segundo o diretor de grandes riscos e riscos especiais da seguradora, Renato Rodrigues, a cobertura pode chegar a R\$ 50 milhões.

Durante o evento, o superintendente da LIU, Maurício Aguiar Giuntini, falou sobre os produtos náuticos (Marine), que cobre todos os tipos de embarcações e assume responsabilidades de danos marítimos. Ela cobre US\$ 20 milhões por embarcação. Giuntini ponderou que o grande



Giuntini: LIU cobre todos os tipos de embarcação e assume responsabilidades de danos marítimos

mercado nesse setor são os Estados Unidos. Mas o Brasil surge como uma excelente oportunidade. “É um mercado imaturo e que exige ações especializadas”, afirmou.

Camaracor: quando a ‘vida’ é o destaque

Com o tema “Distribuição é poder”, o diretor-executivo Comercial da Metlife Seguros, Márcio Magnaboschi apresentou alguns dados da empresa aos associados da Câmara dos Corretores do Estado de São Paulo (Camaracor), no final de outubro. Primeira seguradora do ramo de vida a participar da “Tribuna Livre” este ano, o executivo disse não possuir posturas absolutas, mas diretrizes de trabalho para alcançar os objetivos da empresa e, com isso, acredita ter bastante a dividir com os corretores.

“Acreditamos no corretor porque sabemos que um bom atendimento substitui qualquer sistema”, disse o executivo. A importância dos corretores é tanta que a pesquisa realizada pela seguradora aponta que 28% dos clientes da empresa são indicação desses profissionais.



Magnaboschi: empresa deve ter diretrizes de trabalho

A Metlife possui 140 anos no mercado está há 13 no Brasil. Magnaboschi compara a atuação da seguradora a da Apple, empresa com foco em poucos produtos que buscou e conquistou o mundo, com uma proposta diferenciada. “Se a empresa não possuir uma proposta de valor, será difícil sua penetração no mercado”, afirma o diretor.

Crescimento expressivo

A Rede ICP Seguros reuniu recentemente os jornalistas da mídia segmentada em um almoço de confraternização no Restaurante Coco Bambu, em São Paulo. Presidida por Manuel Matos, a Rede é uma marca da Via Internet S/A, criada em 1980, e que atua no mercado de certificação digital junto às corretoras. Com 300 pontos de atendimento instalados no Brasil, a Rede ICP pretende credenciar 1.500 novos pontos até 2013. “Conquistamos 10,8% de market share entre janeiro a setembro de 2012”, revelou Matos. Até 2020, a meta é contabilizar 40 milhões de certificados digitais, dos quais 30 milhões só de pessoa física.

www.planetaseguro.com.br

Mais interativo e dinâmico

PLANETA SEGURO

MetLife líder global em seg.

São Paulo, sexta-feira, 9 de novembro de 2012

Home, Notícias São Paulo

Condenado no mensalão, Dirceu entrega passaporte ao Supre...

Cifseg: inscrições para prêmio superaram as expectativas
As inscrições para a segunda edição do Prêmio Antonio Carlos de Almeida Braga de Inovação em Seguros, promovido pela Cifseg, ficaram acima das ... (Leia mais)

Caixa Seguros patrocina filme sobre Luiz Gonzaga
No ano em que o país comemora o centenário de um dos maiores ícones da música nacional, o sanfoneiro pernambucano Luiz Gonzaga ... (Leia mais)

Médicos cobram mais transparência da ANS
No último dia 28, entidades médicas entregaram à Agência Nacional de Saúde Suplementar (ANS) um documento cobrando maior transparência ... (Leia mais)

CEO da Tempo Assist é empossado na Ansp
O CEO da Tempo Assist, executivo Marcos Couto, foi empossado na quinta-feira (25) como mais novo acadêmico da Academia Nacional de Seguros ... (Leia mais)

Publicidade

TEMPO DENTAL
tem o plano odontológico perfeito para o sorriso do seu cliente.

Últimas Notícias

sexta-feira, 9 de novembro de 2012

- » Bradesco Seguros patrocina documentário "Portinari do Brasil"
- » Antonio Penteado Mendonça é jurado de prêmio pela segunda vez
- » Allianz lança aplicativo em sua fanpage
- » Chubb patrocina Workshop Paranaense de Seguros
- » HDI lança produto com proteção para carro e casa
- » AC Sincor credencia autoridade de registro em Rio Claro
- » Mapfre amplia suas receitas em 10,5%
- » Confiança agrega serviço inédito para seguro Confi Auto
- » 1º Congresso sobre Gestão de Pessoas encerra inscrições
- » Resolução da ANS exigirá mais atenção com os custos

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

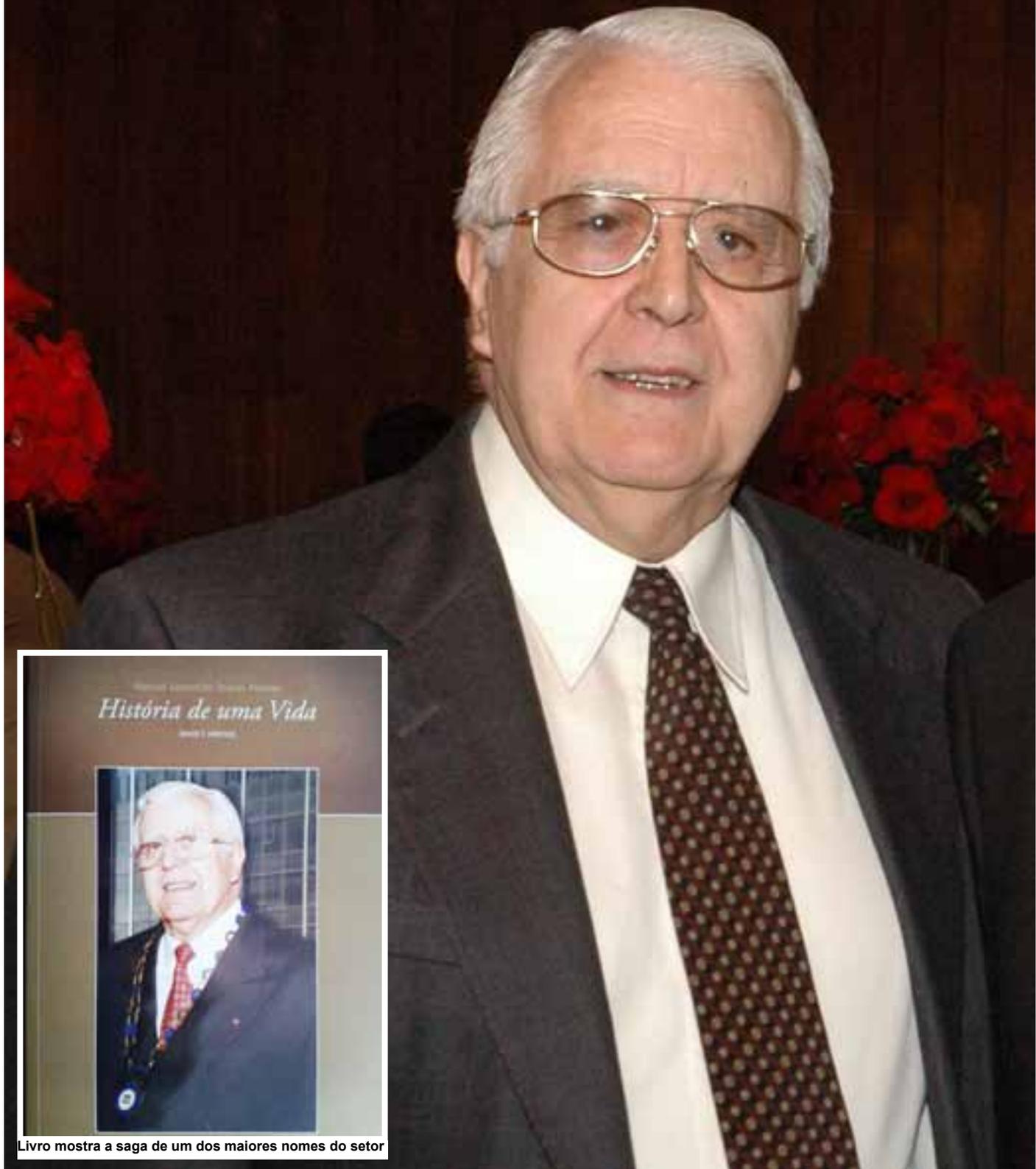
- Atualização diária;
- Cobertura de eventos e notícias em tempo real;
- ClippingSegtotal diário;
- InformativoSegtotal a qualquer hora do dia;
- Download da revista Seguro Total eletrônica com o mesmo formato da revista impressa, tornando a revista mais lida do mercado;
- Mais de 55 mil mensagens enviadas diariamente.
- 15 mil Page View/dia

Gratuito
Não precisa
cadastro e senha

Acesse: www.planetaseguro.com.br

Aplausos a um homem que fez história no seguro

Ansp lança obra em tributo a Manuel Póvoas e empossa 33 novos acadêmicos



Em cada ramo da atividade humana, todo grande líder merece ser homenageado. Foi exatamente isso que aconteceu no auditório do Mosteiro de São Bento, em São Paulo, na noite do dia 25 de outubro. Em reconhecimento ao trabalho do economista e jurista Manuel Sebastião Soares Póvoas, a Academia Nacional de Seguros e Previdência (Ansp) lançou uma biografia em tributo ao legado de um verdadeiro ícone. A obra *Manuel Póvoas – História de uma Vida* é de autoria da escritora Janise Tereziinha Martins, com a coordenação do presidente da Academia, Mauro César Batista. A cerimônia teve o apoio do Grupo Bradesco Seguros, Escola Nacional de Seguros e Mapfre. Compareceram ao evento pouco mais de 200 pessoas. Na ocasião, tomaram posse, ainda, 33 novos acadêmicos.

Ex-presidente da entidade, Póvoas defendeu a propagação da “cultura do seguro” no Brasil e em Portugal, sua terra natal, onde foi inspetor da “Inspeção de Seguros”, administrador-interventor da Companhia Seguros A Social; administrador-delegado de várias companhias, além de ser diretor e depois presidente do Centro de Prevenção e Segurança. Fundador da Aida portuguesa (Associação Internacional de Direito de Seguros), Póvoas foi presidente do Grêmio de Seguradoras; presidente do Comitê Ibero-Latinoamericano de Direito de Seguros e membro do Conselho da Presidência da Aida Internacional.

No Brasil, Manuel Póvoas ocupou a Superintendência-Geral da SulAmérica Seguros no Rio de Janeiro. Também foi diretor e presidente da Bradesco Seguros e Previdência, diretor-presidente da Vera Cruz Vida e Previdência, presidente do Conselho Superior da Anapp (hoje Fenaprevi), presidente honorário do Comitê Ibero-Latinoamericano de Direito de Seguros, membro honorário

do Conselho da Presidência da Aida e acadêmico presidente da Ansp – Academia Nacional de Seguros e Previdência. Ele faleceu na época em que era o presidente do Conselho Institucional da Academia.

“Póvoas foi um homem brilhante em todos os sentidos. Ele se excedeu no exercício da competência, da dignidade, do amor fraterno”. Esse trecho de um comentário do presidente Mauro Batista, relativo à sua convivência com Póvoas, apresenta o livro, recheado de depoimentos de colegas e fotos marcantes da vida do ex-presidente da Ansp. Em seu discurso, o presidente do Grupo Bradesco Seguros, Marco Antonio Rossi, definiu Póvoas como um “homem íntegro e visionário, cuja sabedoria e inteligência conduziam suas crenças e decisões”. Já o presidente da Mapfre Brasil, Wilson Toneto, afirmou que, graças ao empenho do economista português, esse setor de seguros alcançou o desenvolvimento e a consolidação no País. A filha Maria de Fátima Póvoas agradeceu as homenagens e reiterou que o momento “representa um marco

importante” em prol do trabalho empreendido pelo ex-presidente da Ansp.

Acadêmicos

Saiba quem são os 33 novos acadêmicos da entidade:

Eugênio Liberatori Velasques, Maria Helena Gurgel Prado, Túlio Lemos Velloso Machado, Almir Fernandes da Costa, Carlos André Guerra Barreiros, Mario Jorge Pereira, Luiz Ernesto Both, Carlos Roberto Fargetti, Sergio Leite Santiago, Andrés Ricardo Holownia, Renato Luis de Paula, Heney Fernandez, Alexandre Milanez Camillo, Antonio Mazurek, Joaquim Mendanha de Ataídes, Mário Sérgio de Almeida Santos, Auri Luiz de Moraes Rodrigues, Breno Kor, Celso Vicente Marini, João Francisco Borges da Costa, Julio Cesar Rosa, Luiz Fernando Eberle Gewehr, Sérgio Alfredo Petzhold, Antonio de Sousa Beltrão, Danilo de Souza Sobreira, Rita de Cássia Rebelo Batista Moço, César Luiz Salazar Saut, Miguel Roberto Soares Silva, Marcos Aurélio Couto, Valmir Marques Rodrigues, José Rubens Alonso, Carlos Josias Menna de Oliveira e Fernanda Chaves Pereira.



Auditório do Mosteiro de São Bento lotado: noite acadêmica para ficar na memória de todos

Análise do suicídio no período de carência

Suicídio é coberto pelo seguro de vida dentro do período de carência? Segundo palestra do advogado e consultor Felipe Gustavo Galesco, realizada na Associação Paulista dos Técnicos de Seguro (APTS), os casos precisarão ser analisados separadamente. O advogado defende que é preciso traçar uma base lógica de pensamento para se alcançar uma conclusão satisfatória.

A carência prevista pelas seguradoras para a cobertura de suicídio na apólice de vida é de dois anos, criando-se um entendimento de que o ato do suicídio vem a ser de má fé. No entanto, apesar do artigo 768 do Código Civil estabelecer que o segurado perde o direito de receber em caso de agravar intencional-

mente o risco do objeto em contrato, a lei se pauta a partir dos artigos 113, 422 e 765 (formalização de um contrato no princípio da boa fé).

Segundo Galesco, mesmo que sua tese aparente o contrário, os legisladores trabalham os artigos em favor das seguradoras, no sentido de comprovem com bases legais o dolo por parte do segurado ao cometer o suicídio em início de contrato. “Se após o período de carência as empresas seguradoras pagam o sinistro sem questionar, é preciso realizar uma análise conjunta entre normas e artigos de forma sistêmica, para se alcançar assim uma sentença lógica”, afirma.

De acordo com levantamento feito pelo advogado em 2011, 4% dos cerca



Para Felipe Galesco, casos de suicídio precisam ser analisados segundo uma base lógica

de 200 milhões de brasileiros cometeram suicídio. Destes 4%, acredita-se que menos de um por cento tenha custeado uma apólice, o que não influencia as reservas técnicas das seguradoras ou a atitude do cliente em tirar sua vida propositalmente.

Expertise britânica para o Brasil

Líder mundial no mercado de proteção e assistência a meios de pagamento, o Grupo CPP, de origem britânica, chega ao País oferecendo serviços inéditos de proteção a cartões de crédito, débito, de saúde de afinidades e carteira. Com investimento de R\$ 12 milhões, o objetivo é, num período de três anos, fechar uma rede de 30 parceiros de negócios que atendam 10 mil clientes por mês. “Vemos um grande potencial para a empresa no Brasil devido à economia em rápida expansão, penetração da telefonia móvel e cartões de crédito, bem



Medeiros: grande potencial para a empresa no Brasil devido à expansão da sua economia

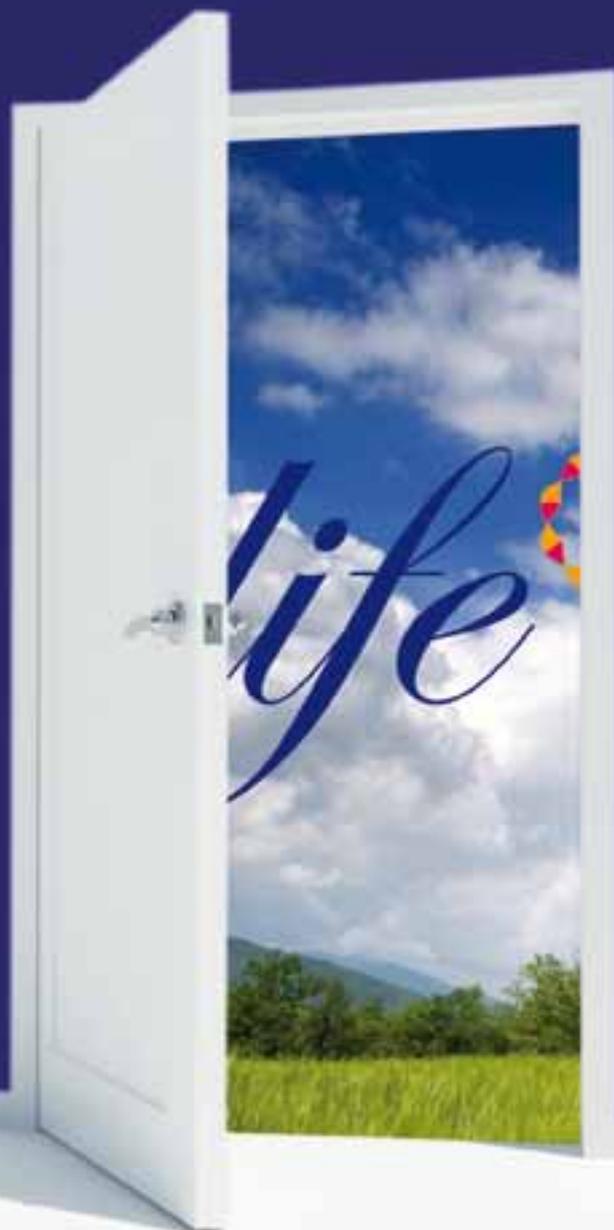
como a expansão do relacionamento com parceiros”, afirma o diretor-geral da CPP Brasil, Cesar Lins de Medeiros.

Voltado ao mercado de bancos, o serviço CPP de Proteção a Cartões inclui o cancelamento e a solicitação de cartões substitutos, adiantamento em dinheiro em casos emergenciais em viagens internacionais, substituição de chaves da residência em caso de roubo atrelado ao cartão, serviços de ajuda à recuperação de itens pessoais, registro de documentos valiosos, registro de placa veicular na CNVR, bloqueio de linha e aparelho celular, cobertura por uso indevido do PIN, suporte telefônico para clonagem e fraude na internet, assistência para extravio de bagagem em viagens internacionais e remissão de passagem aérea. Além disso, o serviço oferece seguro pago pela CPP contra fraudes, perda, roubo e uso não autorizado de cartão. No Brasil, a CPP visa estreitar parcerias que já possui em outros países como Citibank, Santander, HSBC e Mapfre.

Confraternização do Clube na Casa das Caldeiras

A previsão deverá se concretizar e todos ficarão felizes - os corretores, executivos e profissionais do setor. Mais de 400 pessoas estão previstas na festa de confraternização do Clube de Vida em Grupo de São Paulo (CVG-SP), que acontecerá na noite do dia 9 de novembro, na histórica “Casa das Caldeiras”, em São Paulo. O objetivo do encontro é o de comemorar as metas cumpridas pela entidade ao longo do ano. O presidente do clube, Osmar Bertacini, está radiante com o encontro: “A boa música, os sorteios que realizaremos e o próprio local serão os nossos presentes aos associados”. O estilo open bar no local deverá agradar. O show estará a cargo da “Banda A Cores”, que tocará clássicos do rock, pop, samba, disco e o melhor da MPB, além de outros estilos.

A **Life Empresarial Saúde** quer levar mais saúde e qualidade de vida para seus clientes.



**Abra a porta
para ela entrar.**

Representante Autorizada - Rua Lúcio Meira, 149 - Vila Rica, RJ

ANS - nº 41449-2

Além de oferecer planos empresariais com uma ampla rede credenciada que reúne os melhores hospitais, clínicas e laboratórios, a Life Empresarial Saúde desenvolve programas de saúde dentro e fora do ambiente de trabalho. São ações específicas para detectar precocemente doenças crônicas, facilitar o acompanhamento da saúde de cada colaborador e principalmente prevenir contra problemas de saúde que comprometem o bem estar e consequentemente o desempenho dos profissionais. Corretor, saiba mais sobre esse e outros diferenciais que os planos médicos e odontológicos da Life Empresarial Saúde oferecem. Ligue 0800 600 0537, www.lifeempresarialsaude.com.br



A vida é feita de planos. O seu é Life.

“Trabalhar com amor e respeito é fundamental”



Valmir Rodrigues

Valmir mergulha nas águas cristalinas da paradisíaca Los Cabos, no México: viagem inesquecível

Ele é considerado uma figura carismática no setor de seguros. Amável, distribui sorrisos aos amigos, clientes e corretores. Numa só palavra: o diretor-executivo Comercial da Tokio Marine Seguradora, Valmir Marques Rodrigues, é uma pessoa de alto astral. Graças ao seu empenho e espírito de equipe, Valmir está conquistando todos os seus objetivos à frente da companhia. “Na Tokio Marine, queremos crescer com nossos parceiros de negócios, oferecendo as melhores soluções para os clientes”, afirma. E foi exatamente pela seguradora, que ele fez a viagem mais importante de sua visita: em 1997 foi ao Japão visitar a matriz. Nas horas vagas, adora ficar com a família e ouvir música.

Como o senhor define a sua atuação na diretoria comercial da Tokio Marine?

É um grande desafio. Quando fui convidado a assumir o cargo, vivíamos num período difícil. Após quatro anos, nosso momento é totalmente diferente – formamos um time mui-

to forte, determinado. Estamos conquistando cada vez mais a confiança dos corretores e assessorias e nossos números estão excelentes, tanto no volume de produção quanto no resultado. Consideramos muito importante o fato de conseguirmos unir toda a equipe, lutamos para que todos tivessem grande responsabilidade em tudo o que fazem. Sinto que temos um time feliz e isto é muito importante para atingirmos os nossos objetivos.

Resumidamente, mencione os principais momentos de sua trajetória?

Meu primeiro emprego foi como office-boy na Brasil Companhia de Seguros, depois ingressei na Power Adm Tec e Corretagens de Seguros. Após cinco anos, já estava atuando em departamentos técnicos, sendo o último como técnico comercial. O ano de 1992 ficou marcado pelo acontecimento mais importante da minha trajetória: ingressei na Tokio Marine, onde tive oportunidades de aprendizado



Ainda no México, vestido como um autêntico turista: nada como aproveitar o que

e desenvolvimento. Hoje estou diretor-executivo Comercial e sou muito grato a esta companhia por tudo o que tem proporcionado a mim e a minha família, sobretudo pela chance de crescimento pessoal e profissional.

Em sua opinião, como o mercado



de seguros poderá crescer de forma sustentável?

Acredito que o caminho para o crescimento sustentável do setor é ouvir clientes, corretores e assessorias para compreender e inovar processos, produtos e serviços. É preciso atender às necessidades de mercado, sempre alicerçado em políticas corporativas que prezam por valores como a ética, respeito e transparência. Na Tokio Marine, queremos crescer com nossos parceiros de negócios, oferecendo as melhores soluções para os clientes.

Quais viagens importantes marcaram sua vida? Há um lugar especial que lhe encantou mais?

A viagem mais marcante da minha vida aconteceu em 1997 quando



há de melhor no país asteca. Acima, Valmir abraça um corretor durante o Conec

fui ao Japão conhecer a matriz da Tokio Marine. Foi um misto de viagem a trabalho e a passeio. Conheci um país muito avançado em nível tecnológico e um povo determinado, simples, humilde e extremamente trabalhador. Acredito que consegui aprender bastante. O lugar mais bonito que conheci foi a cidade de Kyoto.

Possui algum hobby específico? O que faz nas horas vagas?

Adoro estar com meus familiares, especialmente com a minha filha



Valmir adora estar com sua bela filha, Flávia, em seu sítio na cidade paulista de Socorro

na minha chácara, em Socorro (SP). Nas horas vagas gosto de ouvir música.

O senhor tem alguma receita especial para o sucesso?

Não venho trabalhar pensando que sou uma pessoa de sucesso, mas venho com a consciência de que preciso me superar a cada dia. Em nossa atividade, quem deseja se destacar precisa estudar e se dedicar muito, muito acima da média. Trabalhar com amor e respeito é fundamental para se ter sucesso em qualquer atividade. O sucesso precisa ser socializado independentemente do nível hierárquico e com trabalho em equipe.

Quais seus planos para o futuro?

Quero dar continuidade ao trabalho que vem sendo realizado pela Diretoria Comercial e finalizar o Projeto “Vencer”, entregando os resultados esperados pela matriz do Japão. O objetivo maior do Plano Vencer é dobrar o volume de produção no Brasil até 2016.

Brasilcap anuncia executiva para o comando do marketing e comunicação

A Brasilcap tem nova executiva à frente da área de marketing e comunicação: Olinda Campos. Com experiência de mais de dez anos no mercado de capitalização, ela também preside a Comissão de Comunicação da Fenacap – Federação Nacional de Capitalização. Segundo Olinda, trabalhar na Brasilcap será um desafio estimulante. “Nós somos líderes de mercado, mas temos muito a crescer nas modalidades de incentivo e de fiança locatícia”, afirma. Um dos seus objetivos é ampliar a integração entre as áreas de marketing, comunicação e comercial. Olinda Campos é formada em admi-



nistração de empresas e possui MBA em marketing pela Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM).

José Luiz assume área de sinistros da Willis



A Willis Brasil anunciou o executivo José Luiz Ribeiro Mendes como claims advocate da empresa, responsável pela área de sinistros. Por 11 anos, José Luiz foi superintendente da área de Subscrição de Grandes Riscos na Itaú Seguros, onde atuou na implementação de diversos projetos. O executivo é formado em engenharia mecânica, com pós-graduações em administração industrial e financeira, além de MBA em gestão empresarial. “A chegada de José Luiz reforça o compromisso com nossos clientes”, aponta o CEO da Willis Brasil, José Otávio Sampaio.

ACE Porto Alegre nomeia gerente



Desde 1º de outubro, José Inácio Vergara Júnior assumiu a gerência responsável pela gestão da Filial da ACE em Porto Alegre. Ele assumiu o cargo até então ocupado por Juliana Ibañez. Com dez anos de vivência no mercado de seguros, Inácio está há três na ACE e vinha desempenhando a função de executivo das Linhas de Grandes Riscos. Ele já atuou no Grupo Bradesco, Allianz e Marítima. É formado em economia pela Universidade Católica de Pelotas (UCPEL) e pós-graduado em marketing pela mesma instituição.

Tokio Marine: novo gestor para sucursal

Com 15 anos de experiência no mercado, o executivo Leandro Godinho é o novo gestor da Sucursal Pouso Alegre (MG) da Tokio Marine Seguradora. Ele foi apresentado aos parceiros em evento realizado na sucursal. Na ocasião, a companhia foi representada pelo diretor-executivo Comercial, Valmir Rodrigues, a diretora comercial Varejo MG/CO, Márcia Radavelli e a superintendente comercial Varejo MG, Andreia Padovani.

Formado em ciências contábeis e com MBA em gestão de vendas, Leandro é professor da Escola Nacional de Seguros. Além de apresentar o novo gerente, os executivos conversaram sobre a operação da companhia no Brasil e no mundo e também ressaltaram o plano estratégico de crescimento no país até 2016.



Ronaldo Megda assume marketing e produtos

O vice-presidente comercial do Grupo Tracker, Ronaldo Megda, além de comandar a área de seguradoras da empresa, acaba de assumir os setores de Marketing e Produtos. O executivo possui 30 anos de experiência no mercado segurador brasileiro, atuou como docente do Curso de Especialização em Seguros da FIA-USP, foi presidente do CVG-SP por duas gestões. É o atual diretor de Tecnologia do Cist – Clube Internacional de Seguros e Transportes.



A Prodent é uma das operadoras odontológicas mais premiadas!

A Prodent está na lista das 250 empresas que mais crescem em todos os setores da economia, nos últimos três anos.*
Nossos clientes, associados e parceiros comerciais conhecem bem os motivos: somos uma operadora com foco exclusivamente odontológico e temos os mais altos níveis de excelência na prestação de serviços.
Por isso, somos reconhecidos e nos consolidamos como uma das maiores operadoras do País.

*Pesquisa da Revista Exame PME e auditoria da Deloitte.

ANS-nº 38.004-1



Conheça nossa equipe comercial e faça parte dessa expansão.

Grande São Paulo

11 3017-6080

Demais localidades

0800 727 6067

Acesse:

www.prodent.com.br

Zurich contrata novos gestores



A Zurich Seguros anuncia a contratação de dois novos gestores para as áreas de marketing e comunicação corporativa. Assumirá o cargo de gestor de Comunicação, Marcelo dos Reis Bandeira, enquanto que Jeane So da Costa foi designada gestora de Marketing. Marcelo atuou por dois anos na Brink's Segurança em Transporte de Valores e teve passagens em empresas como Metlife, Nossa Caixa Mapfre e BrasilPrev. Ele é graduado em Comunicação Social pela Universidade Paulista (Unip) e possui MBA em Gestão de Empresas e Marketing pela Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM). Jeane encabeçará todas ações de publicidade da seguradora. Jeane trabalhou na Coface, Metlife Seguros e Previdência Privada, Chubb Seguros, Cigna Group, Comgás e Kodak do Brasil. Graduada pela ESPM, tem MBA em Gestão de Negócios, certificado pela Fundação Getúlio Vargas.



Novidade na gestão de linhas da Chubb

O gerente de Produtos da Chubb Seguros, Guilherme Olivetti, assume novos desafios com a gestão de todas as linhas patrimoniais para pessoa física. “Senti-me honrado com a oportunidade de gerenciar também a linha de automóvel”, comemorou. Com as novas atribuições, o gerente será responsável pelos produtos das áreas de automóvel, residencial, embarcação, garantia estendida, bagagem, perda e roubo de cartão, entre outros. Além de desenvolver e trabalhar com a política de aceitação e de resseguro, passa a ter participação ativa no suporte às vendas dos produtos das linhas pelas quais é responsável. O executivo é administra-



dor de empresas pela PUC-SP e possui MBA em Gestão de Negócios pela Fundação Getúlio Vargas. Olivetti atua na companhia desde 2001.

Executivo assume presidência da CS Stars



O executivo Michael Scunziano foi confirmado como presidente e CEO da CS Stars LLC, unidade de negócios da Marsh Inc, fornecedora global de software de gerenciamento de riscos e sinistros, distribuição de dados e soluções analíticas. Em sua nova função, Scunziano se reportará à Liz Flynn, recentemente nomeada presidente da Marsh Insurance Services Businesses. Scunziano veio da Tata Consultancy Services, onde atuou como chefe de mercado. Ele traz mais de 30 anos de experiência em seguro e tecnologia para a CS Stars. Anteriormente atuou em posições de liderança na EDS, Allfinanz, NaviSys, Consec e Ora-

cle. “É um grande desafio liderar a CS Stars e servir nossos clientes globalmente”, diz Scunziano.

Allianz Saúde ganha experiência no segmento

Alexandre Zornig é o novo diretor da Allianz Saúde. Com 18 anos de experiência nas áreas médica e técnica da saúde privada, acumula passagens pelo Grupo Golden Cross (Igase), Amil e Grupo NotreDame Intermédica. O executivo, formado em medicina pela Universidade Federal do Paraná, é pós-graduado em cirurgia-geral.





SABE POR QUE SOMOS
O ÚNICO PLANO DE SAÚDE
EXCLUSIVAMENTE PREMIUM
DO BRASIL? PORQUE
CUIDAMOS DO SEU
CLIENTE COMO NINGUÉM.

Premium é ligar e ser atendido em poucos segundos por uma pessoa de verdade, sem resposta automática. É receber reembolsos de consultas em até 24 horas. É receber a notícia de que vai ter um filho e contar com uma enfermeira exclusiva para acompanhar a gestação. A Omint acredita que pessoas precisam de pessoas. E é por isso que o nosso maior prestígio é cuidar do seu cliente.



Prestígio é
cuidar de você.

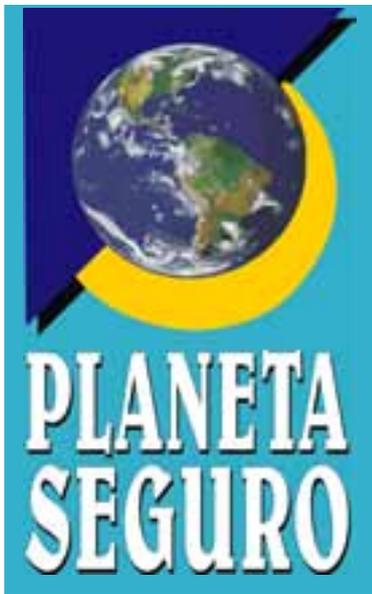
Conheça a melhor rede
credenciada do país.

www.omint.com.br

0800 726 4000

ou (11) 4004-4011

Os serviços oferecidos variam de acordo
com o plano e a cidade.

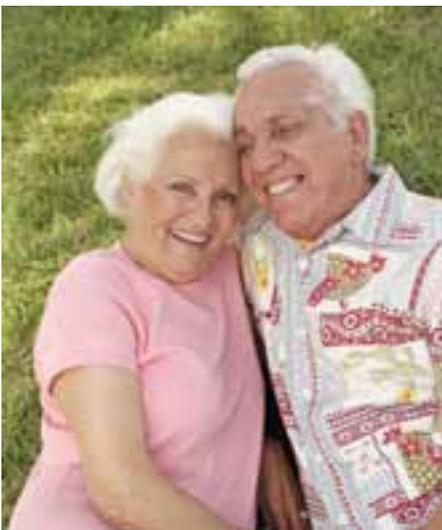


Maioria se aposenta por idade no País

A maioria das aposentadorias concedidas no país, de janeiro a setembro deste ano, foi por idade. Os dados são do Regime Geral da Previdência Social (RGPS) divulgados no dia 31 de outubro. Segundo o balanço, 55,8% das mais de 831 mil aposentadorias, do acumulado do ano, foram concedidas devido à idade do trabalhador - que pode parar de trabalhar aos 65 anos (homem) ou aos 60 anos (mulher)..

<http://migre.me/bIrRk>

Sempretop



Classic realiza ação para celebrar as crianças



A Classic Vida e Previdência, em parceria com a Associação Quem Pre-

cisa, organizou ação social para celebrar o Mês das Crianças na Associação Mineira de Reabilitação (AMR). É uma organização filantrópica que, desde 1964, cuida de crianças e adolescentes com deficiências físicas ocasionadas, em sua maioria, por paralisia cerebral e outras síndromes.

<http://migre.me/blpzZ>

CicloFaixa de Lazer ganha novo trecho



Ultimo Segurando

A CicloFaixa de Lazer São Paulo – que conta com o apoio do Grupo Bradesco Seguros – ganhou nova extensão de 5 quilômetros interligando o trecho Centro-Paulista ao Elevado Costa e Silva e a região do bairro da Luz. O projeto é coordenado pela Prefeitura de São Paulo, por meio da Secretaria Municipal de Transportes (SMT) e da Companhia de Engenharia de Tráfego (CET).

<http://migre.me/blqWf>

Número de acidentes cresce em setembro

No terceiro trimestre de 2012, de julho a setembro, 139.497 vítimas de acidentes de trânsito receberam o Seguro DPVAT em todo o Brasil. Considerando os nove meses do ano, de janeiro a setembro, foram registradas 355.647 indenizações, um aumento de 39% em relação ao mesmo período do ano anterior.

<http://migre.me/aUbcz>

<http://migre.me/blqj0>



Auto Mania

MetLife patrocina programas de TV e rádio

A MetLife, engajada em ações para aumentar a consciência das pessoas quanto à melhoria da qualidade de vida, marcará presença no programa “Educação Financeira”, na TV Cultura, e em outros dois na rádio: “Começando o Dia” e “Manhã Cultura”.

“O patrocínio reforça a filosofia da empresa e se associa a projetos que difundam educação financeira e cultura no país”, disse o diretor de Marketing da companhia, Marco Monguzzi.

<http://migre.me/blp0t>

CHEGOU ASSIST-CARD[®]

CORPORATE

Ofereça agora mesmo a assistência imprescindível para seu cliente corporativo!



Novo aplicativo para Smartphone



Compatível com:

Conheça abaixo os benefícios e facilidades que seu cliente poderá contar com **ASSIST-CARD CORPORATE** em suas viagens:

Assistência Médica

ASSIST-CARD CORPORATE fornecerá serviços médicos de emergência 24 horas em todo o mundo, incluindo exames laboratoriais, especialistas, cirurgias e etc.

Serviços Pré-Viagem

ASSIST-CARD CORPORATE irá orientá-lo na obtenção de vistos ou documentos especiais que possa necessitar em sua próxima viagem.

Assistência Pessoal

ASSIST-CARD CORPORATE irá informá-lo acerca dos novos voos e faremos as reservas solicitadas; também o aconselharemos sobre locais para visitar e/ou reservas em restaurantes.

Traslado para o Aeroporto

ASSIST-CARD CORPORATE coordenará o traslado de e para o aeroporto.

Assistência com sua Bagagem

ASSIST-CARD CORPORATE lhe dará assistência caso sua bagagem seja extraviada ou sofra atraso devido a companhia aérea.

Assistência ao Viajante

ASSIST-CARD CORPORATE recomendará locais turísticos para visitar e inclusive irá fazer as reservas em hotéis nos finais de semana.

Suporte TI

ASSIST-CARD CORPORATE irá assisti-lo com problemas tecnológicos que possam surgir em seu PC ou Smartphone.

Serviço de Táxi

ASSIST-CARD CORPORATE coordenará seus táxis na cidade de destino.

Entre em contato agora mesmo:

0800 770 0085

suportecorretoras@assist-card.com.br

**ASSIST
CARD.BIZ**

Você já conhece a TEMPO SAÚDE e a TEMPO DENTAL?



A **TEMPO SAÚDE Seguradora** e a **TEMPO DENTAL** oferecem seguros saúde e planos odontológicos modelados de acordo com as necessidades de seus clientes, proporcionando mais do que um benefício: O bem-estar aos seus funcionários!

São mais de **640 mil clientes** que já contam com os serviços oferecidos em mais de **55 mil opções de atendimento** de norte a sul do país, incluindo as melhores clínicas, laboratórios e hospitais, nos quais mais de **5 mil partos já foram realizados**.

Compartilhe esta experiência com os seus funcionários!

Consulte seu corretor e obtenha informações sobre nossos produtos.



Sua saúde sempre bem acompanhada
www.temposaude.com.br



Seu sorriso em boas mãos
www.tempodental.com.br