

REVISTA

SEGURO TOTAL

Ano XIV
Nº 135 - 2013
R\$ 15,00



GBOEX
Previdência e Seguro de Pessoas



A proteção da sua vida é o nosso maior motivo.

www.comfinsseguros.com.br
1800 644.3044

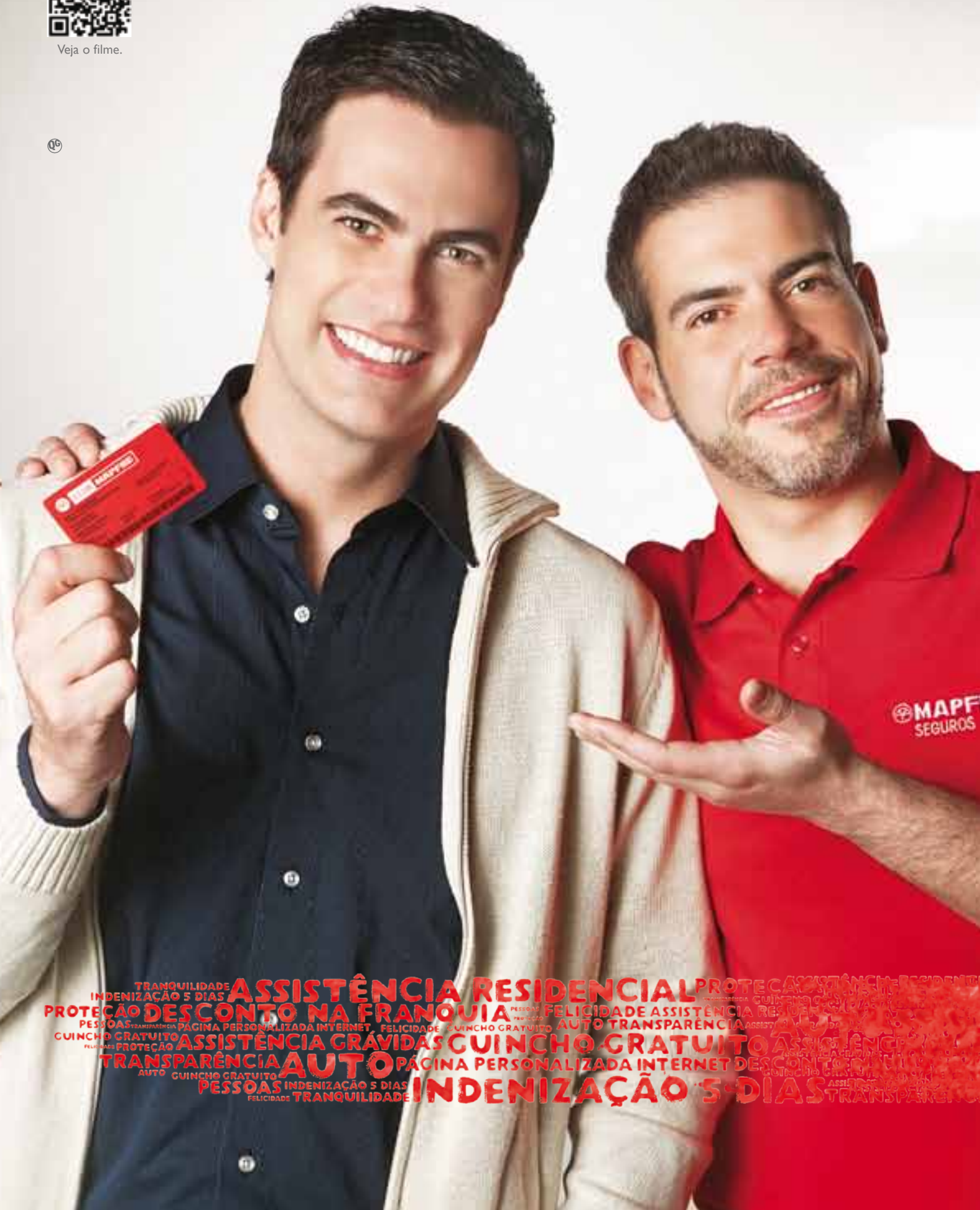
Desde 1913
GBOEX
Previdência e Seguro de Pessoas

Tradição,
Segurança
e Solidez
Desde 1913

Seguros de vida e previdência privada conquistam consumidor



Veja o filme.



TRANQUILIDADE **ASSISTÊNCIA RESIDENCIAL** **PROTEÇÃO RESIDENCIAL**
INDENIZAÇÃO 5 DIAS **PROTEÇÃO NA FRANQUIA** **FELICIDADE ASSISTÊNCIA RESIDENCIAL**
PESSOAS **PÁGINA PERSONALIZADA INTERNET** **FELICIDADE** **QUINCHO GRATUITO** **AUTO TRANSPARÊNCIA**
QUINCHO GRATUITO **ASSISTÊNCIA GRÁVIDAS** **QUINCHO GRATUITO** **ASSISTÊNCIA**
TRANSPARÊNCIA **AUTO** **PÁGINA PERSONALIZADA INTERNET** **DESCONTO**
AUTO **QUINCHO GRATUITO** **PESSOAS** **INDENIZAÇÃO 5 DIAS** **INDENIZAÇÃO 5 DIAS** **TRANSPARÊNCIA**
FELICIDADE **TRANQUILIDADE**

O Seguro MAPFRE Auto do Carlos Casagrande é cheio de vantagens. Bom, a gente precisava tratá-lo do mesmo jeito que trata todos os seus clientes.

- ✓ 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.*

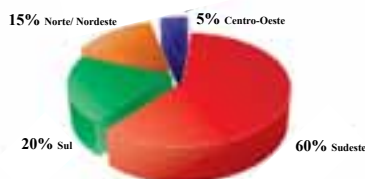
**Um seguro completo para seus clientes.
Corretor MAPFRE é mais seguro.**

*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/auto. O registro deste plano na SUSEP não implica, por parte da Autoridade, incentivo ou recomendação à sua comercialização. Processo SUSEP nº 15414.100326/2004-83 – CNPJ 61.074.175/0001-38.

Seguro

MAPFRE | AUTO

Pessoas que cuidam de pessoas.

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
cristiane@revistasegurototal.com.br**Redação**Bruna Cyganczuk Nunes
bruna@revistasegurototal.com.br**Colaboradores**Ivy Cassa
Valéria Vilela**Publicidade**Luciana Silva dos Santos
luciana@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 Revista Seguro Total**
www.planetaseguro.com.br**Siga nosso Twitter**
twitter.com/seguro_total**Compartilhe nosso Facebook**
www.facebook.com/publisegeditora

Mercado propicia investimento em previdência privada e seguro de vida

O aumento paulatino do poder aquisitivo do brasileiro trouxe algumas consequências interessantes, impensadas até na virada do século. Hoje, o País vive o fenômeno da ascensão das classes C e D ao mundo do consumo. O resultado, além da aquisição de bens, como imóveis e automóvel, trouxe a preocupação de garantir o futuro com tranquilidade. E isso pode ser traduzido pelo interesse dessas pessoas em contratar planos de previdência privada e seguros de vida. As estatísticas provam: há mais homens e mulheres que buscam algo mais do que a aposentadoria pelo INSS e, agora, como provedores financeiros da família, optam por produtos do segmento de Vida.

Ciente dessa nova realidade, Seguro Total mostra os números desse mercado, opiniões de especialistas e como alguns dos principais players enxergam esse cenário em uma reportagem especial.

Executivos e presidentes de grandes companhias falam sobre seus produtos, os diferenciais e como eles atingem todos os públicos, tanto a pessoa física, como os funcionários de empresas, no âmbito corporativo. É diversificada a linha de produtos de previdência e vida, mostrando que quando o País vive um econômico estável, vicejam novas situações favoráveis. O governo só precisa vencer o paradoxo de continuar gerando empregos em número satisfatório com o crescimento apenas discreto de sua produção industrial.

Outro destaque da edição é a matéria de capa. A revista presta uma homenagem ao Grupo GBOEX, tradicional organização gaúcha que atua em previdência privada e seguro de pessoas, que completa cem anos em maio. A empresa foi fundada em 1913, no Colégio Militar de Porto Alegre, com o objetivo de amparar financeiramente as famílias de associados militares falecidos. Desde então, o GBOEX ampliou suas atividades em todo o território nacional, com uma rede de 24 unidades nas principais cidades brasileiras. O grupo reúne, hoje, cerca de 200 mil associados. Sua estrutura é dotada de ferramentas tecnológicas que lhes permite gerenciar toda a rede de forma irrepreensível e eficiente.

Para alcançar o seu primeiro centenário de existência, os diretores da organização gaúcha, ao longo da história, precisaram fincar em solo firme valores sempre perseguidos tenazmente: tradição, solidez e segurança. O objetivo é claro: ser reconhecida (como é) como entidade aberta de previdência complementar mais confiável do mercado. O leitor irá comprovar o fato apreciando essa trajetória ao longo de quatro páginas de história, depoimentos e dados. Boa leitura!

TOKIO MARINE CONDOMÍNIO

Agora com novas coberturas de vida

O **Tokio Marine Condomínio** proporciona mais tranquilidade e proteção, também para os condôminos.

O seguro foi reformulado e agora oferece novas coberturas de vida. Além disso, o **Tokio Marine Condomínio** tem flexibilidade de contratação e de pagamento, e ainda conta com serviços emergenciais como: chaveiro, eletricista e muito mais.

Tudo com a confiança da **Tokio Marine**, uma das maiores Seguradoras do mundo.

Confira as novas coberturas:

- Morte - qualquer causa
- IEA - Indenização Especial por Morte Acidental
- IPA - Indenização Permanente Total ou Parcial por Acidente
- IPDF - Indenização Permanente Total ou Parcial por Doença Funcional
- Auxílio Funeral Individual
- Auxílio Alimentação Compulsório



Acesse www.tokiomarine.com.br
e saiba mais.



**TOKIO MARINE
SEGURADORA**

NOSSA TRANSPARÊNCIA, SUA CONFIANÇA



14

CAPA

O GBOEX alcança uma marca histórica: completa cem anos de conquistas e bons serviços prestados no mercado.



32

DESTAQUE

Osvaldo do Nascimento, da FenaPrevi, é o primeiro dos presidentes das federações entrevistado por **Seguro Total**.



24

ACONTECIMENTO

Novo presidente da CNseg, Marco Antonio Rossi, presta homenagem a Jorge Hilário.



36

VIDA E PREVIDÊNCIA

Produtos ligados às carteiras de vida e previdência privada estão atraindo um interesse cada vez maior dos brasileiros.



10

SEGURO RURAL

Diretor do Ministério da Agricultura, Luiz Antonio Corrêa da Silva (*foto*), analisa o futuro do segmento no Brasil.

SEÇÕES

- 8 Mural
- 18 Análise
- 28 Mercado
- 30 Panorama
- 34 Especial
- 42 Conjuntura
- 44 Giro de Mercado
- 46 Planeta Seguro



26

MERCADO AUTOMOTIVO

Autoglass participa de evento e Fernando Carreira fala sobre a atuação da empresa.



22

INFOSUSTENTABILIDADE

2º Encontro de Resseguro do RJ, realizado pela CNseg, discute o impasse das mudanças climáticas.

**Itaú Seguro Auto
e Ipiranga.
Uma parceria
que vai abastecer
o seu cliente
com vantagens.**




Na contratação ou renovação do Itaú Seguro Auto, o segurado acumula 1.000 Km (pontos)* no Km de Vantagens, o programa de fidelidade da Ipiranga. E quem tem conta corrente no banco Itaú, ganha mais 200 Km, totalizando 1.200.



E mais: com 2.500 pontos, o cliente tem R\$150,00 de desconto na contratação ou renovação do seguro de automóvel do Itaú.

Esta é uma parceria realizada entre a Itaú Seguros de Auto e Residência S/A e a Ipiranga.

Para mais informações, acesse o Portal do Corretor Itaú, o Corretor Online ou ligue para a central de atendimento Itaú Auto e Residência:
3003-6006 (capitais e grandes centros)
0800 702 6006 (demais localidades)

* Renovações com pagamento da primeira parcela efetuado no período de 01.10.12 a 28.02.13 já receberam os Km de Vantagens. Seguros novos e renovações fechadas a partir de 01.03.13 terão seus pontos creditados em até 30 dias após o pagamento da primeira parcela. Itaú Seguros de Auto e Residência S.A., CNPJ 08.816.067/0001-00 Processo Susep: 15414003614/2009-03. O registro deste plano na Susep não implica, por parte da Autarquia, incentivo ou recomendação à sua comercialização.

Encontro de líderes no Palácio



Batista convidou Alckmin para participar da posse do Conselho da CNseg e entregou livro da entidade

O presidente do Sindicato das Seguradoras do Estado de São Paulo (Sindseg-SP), Mauro César Batista, acompanhado do ex-deputado José Carlos Stangarlino, esteve em audiência com o governador do Estado de São Paulo, Geraldo Alckmin, no Palácio dos Bandeirantes. Batista entregou ao governador convite para a posse do Conselho Diretor da CNseg, bem como o livro

comemorativo aos 70 anos do Sindseg-SP. Entre os assuntos abordados, foram citadas as principais demandas do setor de seguros no Estado, projetos de parceria do sindicato com secretarias do governo paulista, além de ações voltadas à cultura do seguro. No encontro, ficou acertado ainda que Alckmin deverá fazer uma conferência em São Paulo, a ser promovida pelo Sindseg-SP.

Caso Kiss inspira código contra incêndio



Marraccini (ao centro) espera que o Congresso crie um Código Nacional de Segurança contra Incêndio

O presidente da Federação Nacional de Seguros Gerais (FenSeg), Paulo Marraccini, representando as seguradoras, espera que o Congresso Nacional crie um Código Nacional de Segurança contra Incêndio e Pânico. Ele participou, no dia 10 de abril, de audiência pública da Comis-

são Externa da Câmara que discutiu a tragédia da cidade gaúcha de Santa Maria, que deixou 241 mortos, o “caso da Boate Kiss”. Segundo Marraccini, o objetivo é obrigar estados e municípios a cumprirem normas de prevenção de catástrofes, como foi o caso do incêndio na boate.

VeZ do substitutivo

“Queremos virar uma página importante na história dos seguros no Brasil”. Foi com esse entusiasmo que o presidente da Federação Nacional dos Corretores de Seguros (Fenacor) e deputado federal Armando Vergílio falou sobre a lei do seguro (Lei 3555) e o projeto substitutivo de sua autoria, durante o 2º Encontro de Resseguro do Rio de Janeiro (*leia reportagem no Caderno de Sustentabilidade*). “Num período de dez anos, o setor de seguros será tão ou mais importante que o mercado bancário”, acredita.

Vergílio relatou que, após um grande seminário realizado na Câmara Federal e consultas a segmentos da sociedade, foi possível preparar um “amplo substitutivo”, com os devidos ajustes. Segundo o dirigente, a lei precisa ser moderna e dinâmica, atendendo aos interesses do mercado e dos consumidores. “O substitutivo propõe inovações importantes e irá inibir a insegurança jurídica existente na relação entre segurador e seguradora”, comenta.

Esclarecimento

Na edição nº 134, na matéria “Admirável e dinâmico mundo da automação” (pág. 34), o arquiteto de Soluções da IBM, Vítor Lentini Faria, esclarece: “As empresas de seguro para automóveis utilizam cada vez melhor o canal web, criando sites com funcionalidades que trazem benefícios aos corretores e clientes, gerando também ganhos operacionais às empresas. Por outro lado, as companhias de seguro saúde têm utilizado melhor o canal móvel, aproveitando funções oferecidas por estes dispositivos, como acesso à rede credenciada com uso do GPS. E muito pode ser explorado pelas seguradoras no mundo dos smartphones e tablets”. Ao contrário do que saiu publicado, esse é o depoimento correto.

Já pensou em fazer mestrado em Londres?

E com todas as despesas pagas?



Cass Business School
CITY UNIVERSITY LONDON

A Escola Superior Nacional de Seguros oferece bolsas de estudo para o Mestrado em Ciências Atuariais e Mestrado Gestão Atuarial, na *Cass Business School - City University*, em Londres.

Além de cobrir o valor integral do mestrado, a Escola também fornece ajuda de custo mensal de £1,000, durante os 13 meses do curso e passagem aérea de ida e volta para a Inglaterra.



**ESCOLA SUPERIOR
NACIONAL DE SEGUROS**

FUNENSEG

INFORMAÇÕES: www.funenseg.org.br
parcerias@esns.org.br



Qualificar melhor o risco e monitorar o clima

Em entrevista exclusiva à Revista Seguro Total, o diretor do Departamento de Gestão de Risco Rural do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa), Luiz Antonio Corrêa da Silva, falou do futuro do seguro rural no Brasil

Valéria Vilela

Especial para Seguro Total

Seguro Total – Em reunião que ocorreu na Câmara Temática de Seguros do Agronegócio do Ministério da Agricultura, o senhor apresentou um projeto relacionado à matriz de risco. Em que consiste esta iniciativa?

Luiz Antonio Corrêa da Silva – Trata-se de projeto em desenvolvimento pela Embrapa (Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária), que permite ao Ministério melhor avaliar o risco climático das microrregiões produtoras e o impacto econômico e social de eventuais perdas de produção. É composto por três eixos: qualificar melhor os riscos, monitorar o clima nas fases críticas da produção e propor ações para minimizar os efeitos de eventos adversos.

ST – Na ocasião, o senhor falou em regulamentação do setor e de uma parceria do ministério com a Superintendência de Seguros Privados (Susep). Com o novo ministro, haverá alguma alteração nesta proposta? Em que medida ela beneficiará o produtor?

LA - Iniciamos, em parceria com a Susep, um trabalho no sentido de regulamentar especificamente o seguro rural, para que sejam cumpridas exigências mínimas relacionadas às condições gerais do seguro e aos níveis de coberturas. Isso é necessário porque, atualmente, os produtos são desenvolvidos pelas seguradoras, conforme a sua percepção de mercado e a estratégia de atuação

que definem. São bastante diferentes entre eles e dificultam a comparação, por parte do produtor rural.

ST – No dia 13 de março, definiram-se as novas regras para o Comitê Gestor da Safra de 2012/13. O valor para subvencionar o prêmio do seguro até junho de 2013 será de R\$ 132 milhões, sendo R\$ 90 milhões destinados ao milho safrinha e cereais de inverno, incluindo o trigo; outros R\$ 40 milhões reservados a um adiantamento da safra 2013/14 para a soja e milho, este sujeito a novas regras. Afinal, quais são essas regras?

LA - A proposta para o seguro, a partir da safra de verão 2013/2014, ainda está em fase de aprovação. O ponto principal da proposta é a alocação dos recursos por produtos e ela estará alinhada às demais políticas para o setor.

ST – Este ano, o total dos recursos dos destinados aos municípios, por exemplo, passa a ser não mais de responsabilidade das seguradoras, mas do Ministério da Agricultura com a avaliação da Embrapa. A garantia e disponibilidade de recursos ocorrerão após a votação da Lei Orçamentária Anual (LOA). Até lá, como fica a situação do produtor que deseja segurar a safra?

LA - Toda a aplicação de recursos governamentais está sujeita ao trâmite denominado “orçamento, autorização de empenho e disponibilidade financeira” e isso ocorre em todas as áreas do governo. No caso do seguro, as em-



Luiz Antonio: produtos são desenvolvidos pelas seguradoras, conforme a sua percepção de mercado

presas que atuam no mercado já estão adaptadas ao processo e estão comercializando os seguros demandados no primeiro semestre, em especial para as culturas de inverno e ao milho safrinha.

ST – O fator clima é o maior desafio das safras. Nos Estados Unidos, não existe plantação sem seguro. O senhor acredita que este mercado, o agrícola, pode crescer? E como o seguro agrícola pode ser incentivado pelos órgãos públicos?

LA – Para efeito de qualquer comparação com o desenvolvimento do seguro dos Estados Unidos é necessário ressaltar que a lei que regulamenta a atividade lá é de 1938. Somente na década de 80 (40 anos depois) os produtores conquistaram 20% de cobertura na área cultivada naquele país (eles também trilharam um longo caminho). No nosso caso, podemos dizer que o avanço do seguro é o esperado pelo tempo que operamos aqui. Mas em todos os países onde o programa de seguro rural obteve sucesso, a participação do governo foi e continua imprescindível.

É preciso ter mais conhecimento sobre o risco

Receita da carteira somou R\$ 1,5 bi, mas menos de 10% das terras possuem seguro

Cristiane Pappi

Líder em produtividade agrícola na América Latina e Caribe, o agronegócio brasileiro cresce em média 3,6% ao ano. Somente a China importa 8% do volume dos produtos agrícolas do Brasil. A projeção do governo federal é de que esse mercado alcance 22% de produção em grãos até 2022. Para isso, o seguro rural, considerado uma das ferramentas fundamentais para o produtor alcançar bons resultados, precisa tornar-se mais conhecido no âmbito da agricultura, principalmente quanto aos benefícios que pode trazer ao proprietário rural, desde o plantio até a colheita.

No cenário econômico, o faturamento da carteira de seguro rural alcançou R\$ 1,5 bilhão em 2012, com crescimento de 19%. A previsão para este ano, segundo a Confederação Nacional das Seguradoras (CNseg), é uma expansão de 23%. Mesmo assim, tendo em vista que 22% do PIB brasileiro está vinculado ao agronegócio e que esse tipo de seguro existe desde 1966 - quando foi criado pelo Conselho Nacional de Seguros Privados (CNSP) -, menos de 10% das terras plantadas estão seguradas. Para



Segundo Kelly, política de subvenção do governo contribuiu para a evolução do mercado

o sócio da Correcta Seguros e professor da Escola Nacional de Seguros, Bruno Kelly, esse impasse acontece devido ao pouco conhecimento dos produtos oferecidos.

Segundo Kelly, esse mercado não tinha operações significativas até 2003, quando o governo federal instituiu o Programa de Subvenção ao Prêmio do Seguro Rural (PSR), ao qual o governo paga uma parcela do custo do seguro. O head de Agro da Swiss Re, José Cullen, acredita que a política de subvenção do governo contribuiu para a evolução desse mercado. “Para ter uma ideia, entre 2002 e 2003 o montante do prêmio orbitava em R\$ 50 milhões. Atualmente, os valores chegam a R\$ 500 milhões”, comenta Cullen. O sócio da Correcta ressalta que, apesar dos altos valores, quando comparado ao volume total comercializado em todas as carteiras no País, os seguros rurais representam um pouco mais de 1% de tudo que é produzido em seguros no Brasil.

Diferentemente dos demais ramos, o risco rural é mais significativo por se tratar de riscos correlacionados. Por exemplo, quando acontece o sinistro de carro, o fato nem sempre atinge o vizinho, enquanto para os sinistros rurais, devidos às manifestações climáticas, afetam não só um segurado, mas a todos da região.

Procura pelo seguro

O superintendente de Agronegócios da Allianz Seguros, José Carlos Meleiros, esclarece que, antes, esses fenômenos eram raros e sucediam no período de 30 a 40 anos, mas, recentemente, ocorrem entre dois a três anos. “Normalmente, as regiões mais atingidas são o Sul (Paraná e Rio



Meleiros: produtores das Regiões Sul e Sudeste já sabem da importância do seguro rural

Grande do Sul), Centro Oeste e Sudeste. Há uma procura também no estado de Tocantins e sul da Bahia, que começam a entender e a se acostumar com o seguro para o seu agronegócio. O Sul e Sudeste já possuem um conhecimento da importância desse seguro, devido aos tipos de eventualidades decorrentes do clima, como, por exemplo, as geadas”, explica.

Bruno Kelly afirma que a questão atuarial dos seguros agrícolas é bastante complexa porque, há pouco tempo, o mercado nacional começou a dispor de uma base estatística minimamente confiável. “A rigor calcula-se a probabilidade de ocorrência de temperaturas elevadas ou reduzidas, e a ocorrência de chuvas excessivas ou escassas. A mudança climática que se verifica no mundo contribui para as incertezas quanto à precificação”, afirma Kelly. Na próxima edição, *Seguro Total* abordará os produtos existentes no mercado, os requisitos para um profissional trabalhar nesse segmento e a filosofia de atuação das resseguradoras.

TROFÉU GAIVOTA DE OURO

**Vem
aí**

**11 DE
JULHO/2013**



Informações:

Tel.: (11) 3884-5966

premio@revistasegurototal.com.br

Um século de conquistas no mercado de seguros

Fundado em 24 de maio de 1913, GBOEX comemora 100 anos de história e prepara lançamentos de produtos na área empresarial e vida individual

Da Redação

Uma das maiores entidades abertas de previdência complementar sem fins lucrativos do País, líder em contribuições na arrecadação de planos de pecúlio no Brasil e no Rio Grande do Sul, em seu segmento, o GBOEX comemora o seu centenário no dia 24 de maio. A empresa foi fundada em 1913, por professores do Colégio Militar de Porto Alegre, preocupados em garantir a segurança financeira das famílias de militares que estavam indo para a guerra. Na época, a previdência privada no País estava nos seus primórdios. Para comemorar o primeiro século da empresa está previsto o lançamento de novos produtos, publicação do livro com o resgate histórico e a inauguração do Memorial alusivo aos primeiros cem anos de existência. Centenária, mas com plena vitalidade, a empresa obteve em 2012 uma receita de contribuições de aproximadamente de R\$ 200 milhões e um crescimento de 11% em relação ao ano anterior.

Em 1965, o GBOEX abriu suas portas à população civil, que hoje representa mais de 60% de seu quadro social. Em 1974, diversificou seu portfólio com a aquisição de uma companhia seguradora, a Confiança Companhia de Seguros, hoje com 141 anos. Esta aquisição permitiu formatar planos de pecúlio combinados com produtos de seguros. A entidade viveu um grande crescimento nas décadas de 60 a 70, principalmente com a aplicação de ativos no mercado financeiro.

Nas décadas de 80 e 90, a entidade começou a observar a migração de



Imponente sede do GBOEX: trajetória em prol do desenvolvimento da previdência complementar

alguns sócios para outras empresas, face à forte concorrência por parte das congêneres, muitas delas pertencentes a conglomerados financeiros e grupos internacionais. Em julho de 1999, a empresa readequou seu planejamento estratégico, focando as ações na reestruturação de algumas áreas essenciais, como desenvolvimento de produtos, treinamento de pessoal e uma nova estrutura comercial. Com isso, o alvorecer do século 21 sinalizou para uma nova etapa de prosperidade e de ascensão do GBOEX no mercado previdenciário.

O atual diretor-presidente da Diretoria Executiva do GBOEX, Sergio

Luis Lhullier Renk, assumiu o cargo em janeiro de 2008, seguindo a linha de seus antecessores, propondo inovações importantes para manter pulsante a entidade. Naquele ano, apresentou ao mercado um produto denominado “Vida Longa GBOEX”. Esse plano permite o ingresso de pessoas com até 80 anos, com o objetivo de oferecer proteção para um público mais maduro. Em 2009, outras coberturas foram agregadas ao produto, por meio da parceria com a ACE Seguros e, na área financeira com o Banco BGN.

O GBOEX alcançou em 2012 um *market share* nacional de 57%

e de 66% no Rio Grande do Sul, sendo este seu maior mercado. No ano passado, foram pagos uma média de R\$ 16 milhões de benefícios mensalmente. Para 2013, a empresa projeta aumento de 12% a 15% em sua arrecadação. Tudo isso, apoiado por um quadro de profissionais bastante motivados, por uma relação de amizade bastante próxima com seus corretores e por uma relação de confiança com seus associados, que representam a sua força para se manter saudável e próspero, rumo ao seu sesquicentenário. São muitos clientes em todo Brasil, que perfazem uma carteira com cerca de 250 mil planos de previdência, entre pecúlios e seguros de pessoas.

Expansão e modernidade

A gestão da empresa tem como base os valores de tradição, solidez e segurança, com foco na expansão, modernidade, aumento da competitividade, transparência e valorização do capital humano, tendo como principal diferencial, a confiança conquistada ao longo dos anos. “No ano do centenário, alguns sócios completarão 100 anos de idade, dentre os quais muitos há mais de cinco décadas como sócios da entidade. Esta parceria se estende também aos colaboradores. É uma relação de amizade muito grande”, comemora Renk.

O atual presidente executivo, que, este ano, se prepara para uma nova etapa profissional dentro do GBOEX, pretende “entregar” a direção ao seu sucessor, com as suas metas cumpridas. Sergio Luis Renk ainda pretende deixar para as próximas gerações um livro que conta a história da entidade e um Memorial, por meio de publicações, objetos e imagens do seu acervo e doações de colaboradores e associados.

Testemunha importante da história

O presidente executivo Sergio Luis Lhullier Renk iniciou sua relação com o GBOEX na época em que a empresa se expandia para o público civil, em 1965, quando se tornou sócio. Como profissional da empresa desempenhou as funções de gerente da Unidade de Negócios de Santa Maria, posteriormente Presidente do Conselho Deliberativo e hoje Presidente Executivo. Sabe que se as empresas não se adaptarem aos novos tempos, terão sua sobrevivência ameaçada. Os tempos atuais são de constante evolução em todos os segmentos - e acrescenta, “estamos nos preparando para chegar aos 100 anos cada vez mais competitivos num mercado onde estão inseridas, além das empresas de previdência, as seguradoras e as instituições financeiras”.

Ele destaca como características importantes do GBOEX a sua marca e credibilidade. “Em pesquisas recentes, percebemos que muitas pessoas dizem conhecer o GBOEX desde a época dos seus pais. Isso é uma das nossas potencialidades que atraem aqueles que querem comercializar os planos endossados por nossa marca”, reitera o presidente. O grupo GBOEX procura manter um relacionamento muito próximo com os corretores.

Sergio Renk continua: “Afim, ao utilizar o nome da empresa, é preciso zelar por sua tradição. Somos reconhecidos por nossa credibilidade e queremos que continue assim”.

“Outro aspecto

diferencial é que, muito antes do tema responsabilidade social entrar em discussão, já atuávamos com importantes projetos. Por meio deles auxiliamos as entidades – Pacto (Programa de Auxílio ao Toxicômano de Porto Alegre); AGE (Associação Gaúcha de Equoterapia); e CEPA (Centro de Equoterapia de Porto Alegre) e Banco de Alimentos”, completa.

Sobre os desafios futuros, Sergio Renk destaca o Projeto Centenário: “Estamos trabalhando no desenvolvimento de novos produtos para atender melhor às necessidades do consumidor. Queremos melhorar o atendimento ao público já fiel e conquistar novos clientes. Afinal, já oferecemos um serviço diferenciado que é o pecúlio, com o qual proporcionamos mais segurança para o associado. O GBOEX chega aos seus 100 anos comemorando uma posição privilegiada nesse mercado. Porém buscamos novas alternativas para conquistar um crescimento contínuo e sustentável”.



Renk: tempos atuais são de constante evolução em todos os segmentos

Companhia exhibe diversificado mix de produtos e planos



Colaboradores da Diretoria de Previdência demonstram eficiência em todas as atividades desenvolvidas

O portfólio de produtos da entidade conta com um leque variado de opções, propiciando as melhores alternativas para os consumidores e, especialmente, para os corretores. Na linha de planos de renda, há o PGBL, hoje, bastante difundido como forma do cidadão manter o seu poder aquisitivo no futuro. Na linha de produtos de previdência de risco, o carro-chefe é o pecúlio que se caracteriza como um patrimônio distinto direcionado para os beneficiários de escolha livre do contratante. Se o titular faltar, os seus beneficiários receberão o valor contratado de forma simples, sem que isso entre em inventário. Além disso, o valor é integral, pois não incide imposto de renda no recebimento.

Esses produtos de risco se complementam também com a agregação de seguros de vida, oferecendo incremento nas coberturas e disponibilizando outros serviços, como assistência funeral e cesta básica. Com uma grande diversificação para os clientes, as tabelas são atrativas e os preços, acessíveis. Hoje, a área comercial do GBOEX atua com a Linha Viver, em parceria com a Confiança Companhia de Seguros, empresa do grupo GBOEX. E desde 2008, com uma linha de planos da família Vida Longa, em parceria com a ACE Seguros S.A., atendendo a um público

na faixa etária entre os 14 e os 80 anos. Este plano já recebeu muitos prêmios e é hoje o destaque da empresa.

No ano do seu centenário, a empresa apresenta ao mercado o GBOEX Empresarial Flex, uma nova proposta para pequenas e médias empresas, adaptados às necessidades de cada uma delas. Outra novidade é uma linha individual, que está sendo desenvolvida com a Confiança Companhia de Seguros, que oferece mais coberturas, composta por diversos módulos, com doenças graves, assistência 24 horas e sorteios para os associados – GBOEX Multivida Premiada.

O GBOEX acrescenta como diferencial na área comercial a sua Rede de Convênios, considerada uma das maiores, com muitas ofertas e grandes descontos para seus associados. E também o seu comissionamento, cujo agenciamento é considerado pelos corretores, um dos mais significativos do segmento.

Ações comemorativas

O diretor de Planejamento e Marketing, Ilton Roberto Brum de Oliveira, ressalta que desde 2009 a empresa vem se preparando para comemorar seu centenário, e uma das primeiras iniciativas foi elaborar um projeto com foco no centenário e já lançou na oca-

sião o selo “Rumo ao Centenário”. Entre o final de 2012 e o início de 2013, o GBOEX apresentou ao mercado sua nova identidade visual, uma nova marca e o selo alusivo aos 100 anos de atividades. “A estrela, presente na marca, mostra o brilho, o sucesso e a liderança do GBOEX. A linha da base representa o horizonte, buscando mostrar um futuro sempre melhor. E a escolha da tipografia reflete um dos três valores fundamentais da empresa – sua solidez, afirma Ilton Oliveira”

O ano de 2013 reserva mais novidades. Além do já citado livro e do Memorial, outras ações estão sendo realizadas e planejadas. A Gerência de Marketing e Comunicação tem como meta aproveitar cada data do calendário e desenvolver promoções que envolvam a participação dos colaboradores e parceiros do GBOEX. No ano de 2012, foi feito um concurso de poesias para os associados – “Qual o segredo pra chegar aos 100 anos?” – cujas poesias estão sendo publicadas. Recentemente foi lançado um concurso exclusivo para nossos colaboradores, de modo que possam expressar como é fazer parte desta história centenária, denominado “100 anos que Inspiram!”. Para aquelas pessoas que não tem como visitar o Memorial, será disponibilizada posteriormente uma versão online, assim como uma versão eletrônica do livro. No hotsite da empresa, estará à disposição fatos e fotos do passado, galeria dos presidentes e informativos diversos, dentre outros.

Da mesma maneira, com a finalidade de perpetuar a memória, estão sendo confeccionados painéis com alguns registros dos fatos mais marcantes do GBOEX a serem expostos no Museu de Seguros do Rio Grande do Sul, localizado na sede da Escola



Ilton Roberto: GBOEX elaborou projeto dos 100 anos

Nacional de Seguros-RS. Esta iniciativa permitirá que os alunos e visitantes em geral, possam conhecer a história de uma empresa centenária, que causa orgulho ao Rio Grande e ao Brasil. Na data, 24 de maio de 2013, as unidades e representações estarão recebendo os amigos, corretores e associados que as visitarem, com uma calorosa recepção entre outras surpresas.

“Nessa mesma linha, a matriz prepara, no mês de maio, atividades diversas, bem como participa de eventos solenes por ocasião da data”, destaca Ana Maria Pinto, gerente de Marketing e Comunicação. Também salienta que foi feita uma campanha publicitária, como forma de difundir e divulgar junto ao público em geral os 100 anos do GBOEX, fortalecendo a relação de familiaridade com a marca, que é uma das potencialida-

des da entidade.

O presidente executivo, Sergio Renk, destaca ainda, que “uma empresa fazer 100 anos é sinônimo de credibilidade, é razão de muito orgulho, resultado de muito trabalho e dedicação de pessoas comprometidas, refletindo também como característica empresarial o planejamento estratégico com nítida visão de futuro. Para os próximos anos o GBOEX permanecerá investindo na formação e manutenção dos seus talentos, porque pessoas comprometidas desempenham melhor suas funções”.

Na mesma linha, o presidente destaca que “a empresa oferece benefícios que vão além da remuneração, como algumas vantagens que no passado nem se imaginava, como o acompanhamento de coaching e mentoring, aos quais os colaboradores têm acesso, principalmente voltados para as áreas de atendimento ao cliente e para os gestores dos demais setores, pois pessoas de bem consigo mesmas trabalham mais felizes”.

A valorização das pessoas se aplica também nas parcerias com os corretores de seguros, além das campanhas de incentivo como forma de motivar e premiar o trabalho dos profissionais. O GBOEX oferece outras ferramentas de aperfeiçoamento pessoal, cursos EAD, com assuntos da empresa e de interesse geral, como técnicas de atendimento, textos complementares com dicas de

marketing pessoal e outros assuntos.

As unidades e representações disponibilizam um espaço para confraternização e para que os corretores possam organizar seus negócios no dia a dia. A empresa destaca que o atendimento pessoal é outro dos diferenciais. Importante dizer que os associados também possuem um local exclusivo para confraternização, em grande parte das localidades. Estes espaços são denominados de Sala da Amizade, e são frequentados há muitos anos pelos sócios mais antigos do GBOEX, mas estão disponíveis para todos.

O presidente executivo encerra suas palavras dizendo que “novos tempos exigem novas ideias e que o GBOEX está preparado e se organizando para continuar cada vez mais competitivo, sendo uma jovem empresa centenária. Quer modernizar-se sim, mas sem perder suas características essenciais que são a credibilidade de sua marca, e a sua relação duradoura com seus públicos. A empresa já passou por muitas conquistas, crises, aquisições, vitórias, parcerias e continua nestes 100 nos sendo uma referência em seu segmento. Com certeza a nova diretoria que assumirá em 1º de julho continuará a realizar este trabalho e fazer a história dos próximos anos, com muitas conquistas e vitórias.”

Histórico da capa

A Capa desta edição apresenta a atual sede do GBOEX, cuja construção iniciou-se em 1975, sendo inaugurada em 1978. A imagem do Colégio Militar na época e a primeira sede própria do GBOEX, em 1937, Edifício Tuyuty, que foi reformado e declarado Patrimônio Histórico da cidade.



Setor de seguros cresceu 14% em 2012



O Sindicato dos Corretores de Seguros no Estado de São Paulo (Sincor-SP) concluiu recentemente um estudo revelador. Nele, o sindicato mostra qual faturamento as seguradoras conquistaram em 2012. O montante chegou a R\$ 93,4 bilhões (excluindo o VGBL, mas considerando seguro saúde). Esse resultado representa uma variação positiva de 14,2% em relação a 2011.

Desconsiderando o seguro obrigatório (DPVAT), o crescimento foi de 14,9%, um faturamento total de R\$ 86,3 bilhões. Em ambos os casos, os números superaram as taxas de inflação do período. Para o presidente do Sincor-SP, Mário Sérgio de Almeida Santos, esse resultado é um indicativo da força do setor que, a despeito da menor taxa de crescimento do país, foi capaz de manter um desempenho favorável. “Essa performance reforça a certeza de que o setor segue em franca expansão”, afirma.

O consultor econômico Francisco Galiza, autor do levantamento, tem a mesma percepção. “Historicamente, o setor de seguros vem mantendo taxas de crescimento anuais em torno dos 15%. A despeito do PIB brasileiro ter fechado em 0,9%, o menor índice desde 2009, o mercado de seguros não foi fortemente afetado”. A exemplo dos anos anteriores, a Bradesco Seguros permanece na liderança do mercado global com uma participação de

20,2%, seguida pelo Grupo Banco do Brasil Mapfre com 12,7% e SulAmérica Seguros com 12,2%.

Chama a atenção o ramo de Automóveis — um dos mais disputados do setor — cujo crescimento foi de 16% contra os 6% apresentados em 2011 na comparação com 2010. Um dos motivos principais, segundo Galiza, foi o aumento no valor médio do prêmio, acima da taxa inflacionária no período. Nesse segmento, a soma do faturamento de todas as seguradoras no ano passado atingiu a cifra de R\$ 24,8 bilhões (descontado o seguro obrigatório). Considerando o DPVAT, o montante chega a R\$ 31,8 bilhões, contra os R\$ 28 bilhões registrados em 2011. A liderança nesse setor continua com a Porto Seguro, que detém participação de 26% do mercado — R\$ 6,4 bilhões de faturamento.

No ramo de Pessoas (sem VGBL), o faturamento foi de R\$ 21,9 bilhões — variação positiva de 14% em relação ao ano passado. A liderança ficou com o grupo BB Mapfre, com participação de 19,5% e faturamento de R\$ 4,2 bilhões. Já no segmento Patrimonial, a receita total, em 2012, somou R\$ 9,9 bilhões, 7% mais que 2011. Nesse setor, três seguradoras detêm juntas 45% do faturamento: Itaú (com 24,2% do mercado), BB Mapfre (12%) e Bradesco (8,8%). No ramo Saúde, as seguradoras faturaram R\$ 20 bilhões no ano passado. O resultado foi 19% superior a 2011. Duas companhias — Bradesco e Sul América — continuam a concentrar as maiores receitas desse segmento, com participações de 45,1% e 36,5% respectivamente. O estudo detalhado está disponível no site do sindicato — www.sincor.org.br, no link “Pesquisas e Estatísticas”.

Um corretor no salão de beleza

Assunto de grande repercussão em abril foi o da determinação da suspensão da venda de seguros por lojas de eletrodomésticos



em Minas Gerais, pelo Ministério Público e Procon daquele estado. O tema trouxe à tona importantes questões jurídicas, tais como a natureza do seguro de garantia estendida, o verdadeiro papel do estipulante, a venda casada e a necessidade da presença de um corretor em tais estabelecimentos. Independentemente de juízo de valor a respeito da decisão, uma coisa é certa: permanece latente a discussão a respeito do papel do corretor.

Observa-se um paradoxo entre o movimento do mercado segurador e a realidade jurídica brasileira. Por um lado, caminha-se para um cenário de maior informalidade, favorecido pela criação dos microsseguros e possibilidade de utilização de correspondentes. Fala-se da possibilidade de venda de tais produtos até no salão de beleza! Por outro lado, Há a exigência do Ministério Público.

Estaria o mercado avançando mais do que deveria? Nossos consumidores estão prontos para comprar sem o apoio do corretor? Ou o poder público estaria navegando na contramão do movimento de mercado? Será que, daqui a algum tempo, teremos essa mesma determinação para a venda de microsseguros? Fico imaginando como seria: um corretor em cada salão de beleza...

Ivy Cassa é advogada

Dúvidas ou sugestões de temas?

ivy.cassa@gmail.com

Seguros devem se adaptar às catástrofes climáticas

Alterações ambientais provocaram grandes sinistros, como terremotos e enchentes

Carlos Alberto Pacheco
Do Rio de Janeiro

O 2º Encontro de Resseguro do Rio de Janeiro, realizado no início de abril, confirmou um axioma: as graves alterações no clima planetário afetam os negócios das companhias. Iniciativa da Confederação Nacional das Seguradoras (CNseg), em parceria com a Federação Nacional das Empresas de Resseguros (Fenaber), Associação Brasileira das Empresas de Corretagem de Seguros (Abecor) e Escola Nacional de Seguros (Funenseg), o evento reuniu mais de 400 pessoas, entre executivos de resseguradoras e seguradoras do cenário internacional e nacional, advogados, pesquisadores e corretores no Hotel Sofitel, na zona sul da capital fluminense.

Iniciando as apresentações, o vice-presidente da Swiss Re America, Alfredo Gomez, traçou um painel sobre a ocorrência das catástrofes climáticas no mundo. Sua vivência excepcional como subscritor o credencia a uma análise profunda do tema. Ele comparou os grandes sinistros ocorridos em 2011 em relação a 2012 nos Estados Unidos, Ásia e Austrália. Houve perdas consideráveis decorrentes de terremotos e inundações nesses dois anos, especialmente o Tsunami que varreu a Tailândia (US\$ 11 milhões em sinistros). Ele advertiu para a grande diferença que existe entre sinistros segurados e perdas econômicas e asseverou: “Não há transferência suficiente de recursos para catástrofes no mundo”.

Gomez ressaltou que os prejuízos causados por intempéries climáticas foram frequentes nos últimos 40 anos – e devem ser uma tendência. “2012 foi



Abertura do evento reuniu várias autoridades, entre as quais o prefeito da cidade do Rio de Janeiro, Eduardo Paes, o presidente da Confederação Nacional das Seguradoras, Jorge Hilário Gouvêa Vieira, e o secretário de Desenvolvimento Econômico, Energia, Indústria e Serviços do Estado do Rio de Janeiro, Julio Bueno

o ano mais quente nos Estados Unidos desde a estiagem de 1895. As perdas agrícolas chegaram a US\$ 11 bilhões e as totais atingiram US\$ 15 bilhões”, revelou. E avisou que os furacões vão trazer um impacto ainda maior no mercado. Na opinião do vice-presidente, a indústria de seguros terá se adaptar às condições financeiras desses eventos. “Haverá seguro e resseguro suficientes para suportar essa tendência de aumento?”, questiona Gomez.

Seguro rural

Já o ex-ministro da Agricultura e atual coordenador do Centro de Agronegócios da Fundação Getúlio Vargas (FGV), Roberto Rodrigues, traçou um panorama sobre o agronegócio no Brasil. Para ele, governo e iniciativa privada devem atuar em prol de uma política consistente para o seguro rural no País. Essa também é a visão da subscritora sênior de Agricultura na América Latina da Swiss Re, Cristina Ribeiro. Rodrigues exibiu dados sobre a produção brasileira. O agronegócio é responsável por 22% do PIB

nacional e emprega 37% da população. Os negócios com commodities representaram 37% das importações. Em 2012, o saldo comercial do setor fechou em US\$ 79 bilhões e o da balança comercial brasileira, US\$ 19,43 bilhões. Segundo o ex-ministro, os dados mostram que, sem o agronegócio, a balança apresentaria déficit.

Segundo dados de Cristina, ainda em 2012, o volume de prêmios de seguro rural foi de R\$ 500 milhões, um terço da produção da América Latina em matéria de seguro agrícola. Dos prêmios totais de US\$ 750 milhões na região, Brasil, México e Argentina são os grandes players do mercado. A subscritora da Swiss Re, alerta, contudo, que menos de 10% da área plantada no País não tem seguro. Ela elogiou a nova proposta de subsídio do governo federal (“pode trazer maior sustentabilidade ao setor”), mas acredita que, nesse cenário, a margem de risco das operações deverá crescer. Subvenções à parte, Cristina afirma que os recursos prometidos pelo governo serão ainda insuficientes para atender à demanda.

Auxílio mútuo e respeito para a terceira idade

Projeto estimula convívio saudável com pessoas acima de 60 anos na comunidade

Prêmio Antônio Carlos de Almeida Braga. Trabalho: Porteiro Amigo do Idoso (resumo). Autora: Rosana Gonçalves de Rosa.

INTRODUÇÃO

Como surgiu a ideia do Programa Porteiro Amigo do Idoso?

O Grupo Bradesco Seguros deu continuidade a sua estratégia de debater a qualidade de vida e proteção ao idoso. Sugeriu, numa proposta inteiramente inovadora que, por meio da prática da gestão do conhecimento, pode-se transferir conhecimento e traduzi-lo em novas formas de comportamento. Como aplicação prática, propunha-se atuar na capacitação do porteiro de condomínio, profissional reconhecido na pesquisa realizada pela Organização Mundial de Saúde – OMS, como o “melhor amigo do idoso”, pela relação de solidariedade e respeito.

A proposta do programa foi propiciar uma abordagem que integrasse: forma e conteúdo, saber e fazer,

O programa visa garantir melhor o atendimento ao idoso, bem como formar e preparar profissionais para uma atuação preventiva nas diversas situações



Marcos Pinho

Porteiros são preparados adequadamente para se relacionarem com o idoso, tonando-os seus amigos

qualidade de vida, trabalho e cidadania, buscando de forma crescente uma inserção mais amigável com a comunidade e construindo uma imagem também associada à responsabilidade social. A preocupação central do programa não é somente com o fator “qualificar o profissional”.

Posicionamento estratégico para o programa

O Grupo Bradesco Seguros, por ocasião da realização do Fórum da Longevidade, discutiu a necessidade da criação de ações para que a sociedade aprenda a conviver com o envelhecimento da população. O objetivo era preparar os porteiros para se relacionarem com o idoso e atuarem de forma preventiva nas diversas situações da vida diária. O projeto estabeleceu que o programa deveria estabelecer parcerias e disponibilizar Oficinas de Capacitação, sem custo, para os funcionários dos condomínios situados em Copacabana (RJ). Dessa forma, ficou acertada

parceria com o Senac Rio por ser uma instituição reconhecida como referência em ensino profissional. O Senac Rio pôde contar com o apoio do Secovi - que mantém relacionamento frequente com as administradoras de condomínios.

Objetivo geral do programa

Garantir o melhor atendimento ao idoso, assegurando condições de convivência saudável, bem como formar e preparar os profissionais para uma atuação preventiva nas diversas situações. O programa foi desenvolvido por meio de ações educativas caracterizadas como oficina pedagógica, cujo foco é o desenvolvimento de atividades dinâmicas e lúdicas, priorizando a construção de conhecimento e de competências exigidas.

DESENVOLVIMENTO DO TRABALHO

Ponto de partida - pesquisa de mercado

Iniciativa pioneira do Grupo Bra-

desco Seguros, o então “projeto”, teve como primeiro passo no desenvolvimento do trabalho realizar, em julho de 2009, uma pesquisa para avaliar qual seria a receptividade e a funcionalidade de um programa de aperfeiçoamento profissional para os porteiros de Copacabana, na zona sul do Rio de Janeiro. O bairro escolhido, segundo o IBGE, possui 43,8 mil moradores com mais de 60 anos, sendo que, 40% representam 27,2% da população da cidade. É a maior concentração de idosos num único bairro do País.

Análise de mercado

A Defesa Civil Municipal-RJ realiza periodicamente um curso gratuito para os porteiros com conteúdo direcionado a técnicas de primeiros socorros, segurança e defesa civil. O Secovi, sindicato da habitação e representante legal dos condomínios, administradoras e imobiliárias promove, em parceria com o Senac Rio, cursos para os profissionais de condomínio.

Definição do mercado

De acordo com os dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística- IBGE, a população de idosos no Brasil vai saltar de 8% para 16%, em 25 anos. A proporção de idosos na cidade do Rio de Janeiro chama a atenção de estudiosos internacionais e leva à criação de ações voltadas para esse grupo que não para de crescer. Copacabana é o bairro carioca que mais abriga idosos, apresenta índices próximos dos de países mais envelhecidos, como o Japão, onde 27,5% dos habitantes são da terceira idade.

Porteiro é o público-alvo

A profissão de porteiro é muito

comum no Brasil, porém é raro encontrar esse profissional em outros países ou em pequenas cidades brasileiras. Em geral é tarefa do porteiro é controlar a entrada e saída de pessoas e automóveis em prédios residenciais, é dele também a incumbência de dar informações, chamar a atenção de quem perturba a ordem do local ou abusa de seus direitos. Ele é a segurança de suas famílias e faz parte de suas vidas e, em especial, a do idoso.

Cursos práticos de atendimento ao idoso

Para qualificar os porteiros no atendimento ao idoso, foram planejadas oficinas de capacitação, divididas em módulos, totalizando 12 aulas de treinamento, em quatro encontros de 3 horas cada, com aulas expositivas e práticas, totalmente gratuitas. As turmas são compostas de até 25 participantes. O conteúdo das aulas de aperfeiçoamento dos profissionais no atendimento aos idosos foi desenvolvido pela Bradesco Seguros em parceria com o Senac-Rio com a orientação do Dr. Alexandre Kalache.

Apoio da comunicação

O lançamento do Programa Porteiro Amigo do Idoso ocorreu em agosto de 2010, tendo a primeira turma iniciadas as aulas em setembro do mesmo ano, em Copacabana, bairro que possui 4 mil porteiros mapeados para serem capacitados. O plano envolveu filme institucional, assessoria de imprensa, mensagens por telemarketing aos porteiros, visitas aos condomínios, cerimônia de formatura dos cursos e convite aos síndicos, para garantir sua presença no coquetel para lançamento do

O número de pessoas acima de 60 anos na cidade do Rio de Janeiro chama a atenção de estudiosos e leva à criação de ações voltadas para esse grupo

Programa e nas cerimônias de formatura dos porteiros.

RESULTADOS ESTIMADOS E RESULTADOS OBTIDOS

A implantação do programa, iniciativa pioneira de Bradesco Seguros, nos dois primeiros cursos realizados no bairro de Copacabana-RJ, alcançou um índice de adesão e participação de porteiros da ordem de 75,4% do total de inscritos. A empresa está estudando viabilizar a prática de uma avaliação constante dos cursos e acompanhar o desempenho dos porteiros e seu relacionamento com idosos após a capacitação profissional. Para tanto, está em vias de definição uma parceria com o Instituto para o Desenvolvimento do Investimento Social-Idis, objetivando desenvolver melhores indicadores para o programa, medir o impacto na vida do porteiro e obter dados capazes de gerar informações úteis à tomada de decisões a respeito do Programa Porteiro Amigo do Idoso para possibilitar eventuais correções de rumo na execução das ações.

É preciso rigor na subscrição e preços adequados

Atenção, resseguradores: as tragédias do clima vão continuar nos próximos anos



Pedro Rockenbach / Agência RBS

Em julho de 2012, El Niño trouxe muita chuva e causou prejuízos aos produtores do Rio Grande do Sul

No segundo e último dia do encontro de resseguro no Rio de Janeiro, dois palestrantes com profundo conhecimento em traumas do meio ambiente conduziram o tema “Catástrofes Climáticas no Mundo”. O professor da Faculdade de Medicina da Universidade de São Paulo, René Hernande, recomendou a adoção de uma base atuarial sólida para o estudo das catástrofes de alta complexidade. E deu uma péssima, porém previsível notícia: as tragédias do clima vão aumentar nos próximos anos.

Hernande fez ponderações sobre o El Niño e sua repercussão na Região Sul, com fortes temporais. Ele revelou que, no Brasil, 500 mil tempestades cortam o céu anualmente no Brasil. “Em São Paulo, nos últimos 50 anos, a incidência de tempestades aumentou em 60%, devido ao seu crescimento populacional. É preciso, então, estar atento a esse fenômeno para precificar melhor o seguro”, recomenda. De acordo com os seus cálculos, 132 pessoas morrem todos os anos atingidas por raios no Brasil. As perdas econômicas decorrentes giram em torno de R\$ 1 bilhão.

“Não há qualquer perspectiva de

redução das catástrofes em curto prazo”, adiantou o professor. Hernande desmentiu a tese de que os desastres climáticos estão relacionados ao aquecimento global. “Ações relacionadas à devastação do meio ambiente provocam as catástrofes”, disse. No caso de seguros dessa envergadura, na opinião de Hernande, a subscrição deve ser mais rigorosa, além de precificação adequada dos danos.

Compartilhar informações

O segundo palestrante, o diretor do Movimento de Solidariedade Íbero-Americana, Geraldo Luís Lino, afirmou que o clima mundial está sempre oscilando e provocando perdas contínuas. “Nos últimos 600 milhões de anos – e na grande maioria das vezes – tivemos temperaturas mais altas que as atuais. Nada do que está prognosticado daqui a 50 ou cem anos é novidade”, ponderou. Lino explicou que as atividades do homem não influenciam o clima em escala global, cuja interferência limita-se às cidades e seus entornos e aos microclimas. O palestrante é autor do livro “A fraude do aquecimento global”.

O especialista criticou a falta de

respostas condizentes aos riscos climáticos por puro desconhecimento. E, quando as informações existem, perdura o medo da concorrência. O quadro precisa sofrer uma reversão, portanto, com o estímulo permanente ao diálogo. Além disso, Lino propõe o compartilhamento das informações, visando à criação de um banco de dados “capaz de mitigar riscos vinculados às mudanças climáticas e que afetam toda a sociedade”.

Lino sugere a adoção de um modo operandi científico, que faça a conexão das hipóteses e evidências físicas confirmadas. Uma e outra questão precisa se inter-relacionar, caso contrário é necessário uma revisão do método utilizado. Ele é taxativo: “O catastrofismo não tem fundamento científico”. Ele afasta a possibilidade de alarmismo perante os fenômenos climáticos. “O cientista precisa ser cético o tempo todo”, acrescenta.

Na ocasião, o diretor citou algumas das deficiências brasileiras no tocante à detecção de fenômenos atmosféricos. “O Brasil é um dos cinco maiores países do mundo em termos de população que não possui satélite meteorológico próprio. O governo depende do modelo americano e europeu. Não é tão caro assim”, protestou. O uso incorreto de radares e a falta de estações meteorológicas também são um grave problema, segundo Lino. Enquanto os radares são utilizados para fins aeronáuticos e não pela Defesa Civil (que poderia disparar alertas de tempestades com antecedência), o número de estações é insuficiente. “Segundo critérios mundiais, o Brasil deveria ter 700 estações meteorológicas. Hoje, tem menos de 500”, advertiu. (CAP)

Quer encaminhar seu filho para a área de TI?

São 120 mil vagas de trabalho abertas e não preenchidas.

O Grupo Educacional Impacta oferece mais de 400 cursos em TI, Design, linguagens de programação, web design, CAD, 3D, iOS, Android, Java, redes Microsoft e mais de 45 programas de certificação.

A Impacta já capacitou em 25 anos mais de 700 mil alunos, que estão muito bem colocados no mercado de trabalho.



Temos uma oportunidade exclusiva para você!

Através do QRCode acima, você ganha R\$100,00 em descontos nos cursos da Impacta Treinamentos!

Visite: www.impacta.com.br



Grupo Educacional
IMPACTA
TECNOLOGIA

Ligue (11) 3254-2200
e-mail: impacta@impacta.com.br



#GrupoImpacta @GrupoImpacta /GrupoImpacta blog.impacta.com.br

Começa uma nova era para o mercado de seguros

Autoridades dos Poderes Executivo, Legislativo e Judiciário e grandes lideranças do setor prestigiaram a posse de Marco Antonio Rossi como presidente da CNseg

Fotos: Júlio Fernandes



Autoridades políticas e do mercado segurador acompanham a execução do Hino Nacional Brasileiro: evento marcou a história da confederação

*Carlos Alberto Pacheco
De Brasília*

Na noite do dia 7 de maio, o Centro de Convenções Brasil 2, em Brasília, reuniu inúmeras personalidades do mundo político para o acontecimento do ano no setor de seguros. Para o leitor ter uma ideia, na cerimônia de posse do novo Conselho Diretor da Confederação Nacional das Seguradoras (CNseg), compareceram cerca de 500 pessoas, entre as principais lideranças do mercado segurador brasileiro, o vice-presidente da República, Michel Temer, o presidente do Congresso Nacional, senador Renan Calheiros, sete ministros, 22 deputados federais e cinco senadores. Na ocasião, Jorge Hilário Gouvêa Vieira fez a passagem do bastão para Marco Antonio Rossi, que presidirá a entidade

de de 2013 a 2016. “O planejamento estratégico será a bússola do próximo triênio”, garantiu Jorge Hilário.

Em seu discurso de posse, Rossi externou gratidão aos que depositaram nele confiança para assumir a presidência da CNseg, num cenário extremamente favorável. “A receita do mercado consolidado (engloba seguros gerais, previdência privada, vida, saúde suplementar e capitalização) alcançou R\$ 252 bilhões em 2012, representando quase 6% do PIB brasileiro”, enfatizou. O novo presidente destacou o papel estratégico do setor como mola propulsora ao desenvolvimento do País, na medida em oferece suporte aos projetos de infraestrutura. Contudo, Rossi vislumbra alguns desafios aos players, entre os quais manter o crescimento do setor nos últimos dez anos – em média 5% ao ano – e ampliar a interlocução com

os poderes públicos, sobretudo com os órgãos reguladores.

Na visão do presidente da CNseg, como o mercado nacional está a salvo da onda de pessimismo que afeta outros mercados, o ambiente está propício para a disseminação dos produtos massificados, como o microsseguro. Essa é uma de suas prioridades no mandato, ou seja, promover ações institucionais que facilitem o acesso da população a esse tipo de proteção. Ou medida que pretende implementar é a qualificação técnica dos profissionais do mercado, especialmente aqueles que lidam com o público. “É preciso expandir os programas de formação dos nossos colaboradores para que estes se preparem para a expansão do mercado”, reiterou. Em seguida a esse discurso, Rossi entregou uma placa a Jorge Hilário em reconhecimento ao seu trabalho em prol do fortalecimento do mercado de seguros.

“Queremos ampliar e facilitar o acesso da população aos produtos massificados e ao microsseguro”



Marco Antonio Rossi discursa ao lado da mesa ocupada pelos diretores da CNseg e autoridades públicas

Veja as principais declarações de Marco Antonio Rossi em seu discurso de posse:

1 - “Teremos a honra de representar este segmento - o mercado segurador brasileiro, um dos suportes mais sólidos do desenvolvimento econômico e social de nosso país”.

2 - “Em 2012, como vocês viram em nosso vídeo, na soma de seus vários ramos e áreas, o mercado segurador brasileiro registrou produção global de R\$ 252 bilhões. A participação do setor na formação da riqueza nacional, que, até a

década de 90, representava pouco mais de 1% do PIB, em 2012, alcançou cerca de 6% do Produto Interno Bruto”.

3 - “Do total arrecadado em 2012, nada menos que R\$ 119 bilhões foram devolvidos à população e aos agentes econômicos sob a forma de pagamento de indenizações de sinistros, despesas médico-hospitalares, benefícios de natureza previdenciária e resgates de títulos de capitalização”.

4 - “Torna-se fundamental ampliar ainda mais a interlocução com os poderes públicos, buscando a melhor sintonia

entre o que pode ser uma lógica ideal de regulação e uma proposta de modernidade e aperfeiçoamento do mercado. Pode-se afirmar que a interlocução do mercado segurador com o governo tem evoluído satisfatoriamente nos últimos anos”.

5 - “O Brasil tem usufruído de um balizamento normativo que coloca a atividade sob o enfoque do consumidor, procurando criar as condições ideais para facilitar o acesso de maior parcela da sociedade à proteção”.

6 - “Outro foco de nosso mandato diz respeito a ampliar e facilitar o acesso da população aos produtos massificáveis e ao microsseguro. Nunca é demais lembrar que a atuação do mercado segurador nesses segmentos, que levam proteção e assistência a milhões de pessoas, não tem um caráter concorrencial ou inibidor da ação pública”.

7 - “Cabe destacar que o mercado segurador já possui mecanismos próprios de formação e qualificação de seus profissionais, por meio da Funenseg, que atua na geração de conhecimento e promoção de uma cultura própria do nosso segmento”.

Conheça quem é quem no Conselho Diretor



No alto da esq. para a dir.: Antonio Eduardo Trindade (Itaú Seguros); Marcio Coriolano (FenaSaúde); Jorge Hilário Gouvêa Vieira (Sul América); Jayme Garfinkel (Porto Seguro); Patrick Larragoiti Lucas (Sul América); Sebastian Ramon Arcuri (HSBC Vida e Previdência); Marco Antônio da Silva Barros (FenaCap); Paulo Marraccini (FenSeg); Pedro Bulcão (Sinaf); João Francisco Borges da Costa (HDI Seguros); Acacio Queiroz (Chubb do Brasil); Wilson Toneto (Mapfre Seguros); Alexandre Malucelli (JMalucelli Seguradora); Luiz Tavares Pereira Filho (Fenaseg); Osvaldo do Nascimento (FenaPrevi); Pedro P. de Freitas (American Life); Marco Antonio Rossi (CNseg); Francisco Alves de Souza (Comprev); Mario Petrelli (Icatu Seguros); Nilton Molina (Mongeral Aegon); Thierry Claudon (Caixa Seguradora). Os executivos e também membros do Conselho, Antonio Cássio dos Santos (Zurich Minas Brasil) e William Yates (Prudential do Brasil) não puderam comparecer por problemas pessoais.

Expertise na reparação de vidros, lanternas, faróis...

Autoglass participa de tradicional evento do setor e mostra produtos e serviços

José Francisco Filho

Com sede em Vila Velha (ES), a Autoglass marcou presença na 11ª Feira Internacional de Autopeças, Equipamentos e Serviços (Automec), realizada no Parque de Exposições do Anhembi (SP), em abril. A empresa apresentou ao público sua linha completa de produtos, com novidades e tendências em reparação de vidros de veículos, peças de iluminação, retrovisores e para-choque. Na ocasião, a **Revista Seguro Total** entrevistou o seu presidente, Fernando Carreira. A Autoglass atua no mercado de seguros há dez anos, possui 42 lojas no Brasil, sendo nove na cidade de São Paulo.

Seguro Total – Em sua opinião, como está o mercado de reparação de vidros para veículos no Brasil?

Fernando Carreira - O mercado de automóveis tem crescido muito nos últimos anos. Em consequência disso, as empresas de reparação e fornecedoras desse mercado também tem crescido no mercado de seguros como no de distribuição de peças, que é a nossa atuação.

ST - Há quantos anos a empresa está no mercado fornecendo peças de reposição e reparando vidros?

FC – A empresa é familiar; começou com meu avô e, depois, assumiu o meu pai. Hoje, após 45 anos de atuação, a família Carreira dá sequência no trabalho, sempre voltado para mercado de reposição de vidros, faróis, lanternas e teto solar.

ST – A Autoglass iniciou as atividades no final dos anos 60, fazendo reposição para o consumidor final.



Quando a empresa iniciou suas ações no mercado de seguros?

FC – No ano de 2003, a empresa tinha vida própria, então resolvemos entrar para o mercado de seguro. Tivemos um ligeiro crescimento e, a partir daí, vem sendo procurada cada vez mais pelas seguradoras que atuam no segmento de automóvel e transportes. A empresa vem crescendo a cada ano, acompanhando sempre as necessidades do mercado e lançando novos produtos.

ST – O mercado de seguros representa o maior faturamento da

empresa no momento?

FC – A empresa começou atuando no varejo, vendendo direto ao consumidor. Com a entrada no mercado de seguros, a partir de 2003, o faturamento cresceu, não ao ponto de podermos dizer que faturamos mais e, sim, contribuir para alavancar o faturamento de forma modesta.

ST - Os corretores precisam entender melhor como funciona o mercado de reparação e reposição de vidros?

FC – Sim. Muitas vezes, o corretor



Estande da Autoglass público interessado em conhecer seus produtos e serviços na 11ª Automec

de seguros deixa de mencionar ao segurado as vantagens de se fazer cobertura total de vidros do carro. E aí as seguradoras que operam no segmento acabam emitindo apólices sem as devidas coberturas. No momento em que o vidro do carro do segurado quebra ou sofrer algum dano, percebe-se, então, que, com o pagamento de um pequeno valor a mais, o automóvel estaria totalmente coberto. O corretor também precisa entender mais do produto que está vendendo, no caso de reposição, conserto, colocação de vidros, lanternas e teto solar. A partir de então, teremos mais credibilidade junto às seguradoras.

ST - Como está demanda dos fornecedores de vidros, faróis e lanternas? O segurado só avalia o valor dessa cobertura quando precisar de uma dessas peças. Seja por ato de vandalismo ou quebra acidental, a indústria fornece adequadamente essas peças ou ainda fica a desejar, como no passado recente?

FC - Às vezes, faltam peças no mercado de reposição. No primeiro trimestre de 2013, esse mercado fluiu normalmente. Contudo, há momentos em que a reposição não acompanha a demanda. Consideramos o fato normal porque, nos

finais do ano, vendem-se mais carros do que nos primeiros meses.

ST - O preço praticado ao consumidor final dos outros estados é o mesmo de São Paulo?

FC - Não. Cada estado tem seu preço. Existem muitas variações, devido a distância, transporte, logística etc.

ST - Você acredita que há muito espaço para se atender às necessidades das seguradoras que atuam nesse mercado?

FC - O mercado de seguros ainda tem muito espaço para crescer. Estamos apenas iniciando no mercado automobilístico, de caminhões e utilitários. Precisamos agregar valores e serviços. Temos de proteger o segurado e, para isso, é necessário contar com o trabalho dos corretores e seguradoras. Dispomos de assistências 24 horas, que dá tranquilidade ao consumidor e/ou segurado. Ele não precisa ficar pensando onde levar o carro, basta acionar a companhia que será atendido rapidamente.

ST - No setor de blindagem, qual é o serviço oferecido no mercado? Qual a garantia?

FC - Fazemos a gestão por meio de parceiros. Temos autorização do Exér-

cito, Polícia Civil, para executar os serviços segundo as blindadoras indicadas pelo cliente. A garantia da parte envidraçada é variável, de acordo com cada fabricante, de dois a três anos. Hoje temos um produto novo para o corretor, a película antivandalismo, considerada a melhor do mercado na atualidade. Veja: quando o vândalo tenta quebrar um vidro normal e roubar qualquer produto dentro de um carro, ele demora quatro segundos. Com as películas antivandalismo da Alumar, esse trabalho se estende de 45 a 60 segundos, pois essa película toma conta da parte interna da canaleta do vidro, dificultando a ação do marginal.

ST - Como está posicionada a Autoglass no mercado brasileiro?

FC - A empresa está bem. Nosso trabalho sempre é feito pensando no consumidor final, seja segurado ou não. Temos uma grande expectativa de crescimento. Investimos também na área de sustentabilidade com o Instituto Autoglass, que desenvolve um trabalho com crianças. Mostramos aos pais a importância de preservação do meio ambiente, de separação do lixo. A Autoglass é uma empresa que gera resíduos e nossa obrigação é cuidar da natureza.



Carreira: mercado tem muito espaço para crescer

VGBL Saúde está à espera de regulamentação

O presidente da Federação Nacional de Previdência Privada e Vida (FenaPrevi), Osvaldo do Nascimento, foi o convidado especial do Clube de Vida em Grupo de São Paulo (CVG-SP) em almoço realizado recentemente em São Paulo. Ele falou aos membros do Clube e executivos da área de vida sobre a proposta encaminhada pela Susep, em dezembro passado, ao Ministério da Fazenda, que propõe regulamentar o VGBL Saúde no decorrer deste ano. “O produto foi desenhado como modelo de poupança para permitir o financiamento futuro do custeio dos planos e seguros saúde”, explicou Nascimento.

O presidente da FenaPrevi avaliou o atual panorama econômico brasileiro, o cenário da saúde pública e suplementar e a questão do processo de envelhecimento do ci-



Nascimento explica aos participantes do evento o funcionamento e as vantagens do VGBL Saúde

dadão brasileiro e de outros países. Segundo ele, o produto à espera de regulamentação irá oferecer aos seus titulares mecanismos de autoproteção, como portabilidade e resgate. Para Nascimento, o VGBL

Saúde permitirá aportes dos empregadores, com dedutibilidade de impostos prevista em lei, e garantia de livre escolha dos planos privados ou de seguro de acordo com a preferência do titular.

Mongeral: inovação é imprescindível



Presidente da Mongeral Aegon, Helder Molina

Para crescer é preciso mais do que determinação e estratégia. É preciso estar atento às novas tendências. Foi com esse objetivo que a Mongeral Aegon realizou o 2º Encontro Clube dos Parceiros, com o tema “Visões de Inovação”. O seminário reuniu líderes e parceiros da

seguradora em São Paulo, que assistiram palestras ministradas pelo coaching indiano Sudhanshu Palsule, o consultor Luli Radfaher, o presidente da New Energy, Walter Longo, e a gerente de inovação da Mongeral, Beatriz Russo.

Existe resistência quando o assunto é inovar, mas um exemplo que mostra a dimensão desse impacto na vida do cidadão é o número de pessoas envolvidas por essa tendência. Hoje, cerca de 2 bilhões de usuários ‘on-line’ e 5,3 milhões de linhas de celulares são canais para a aproximação com o consumidor. Ponderações sobre quebra de barreiras e exemplos de empresas bem-sucedidas que perderam o lugar no mercado por inovarem, ou as que inovaram e acertaram, também foram apresentadas. No final do encontro, uma mesa redonda com executivos fechou os debates.

Negócio inteligente

O número de dados existente no mercado é essencial para a análise de sinistros ou prospecção de clientes. Para auxiliar os gestores com essa tarefa, o diretor de Tecnologia da Informação da Delphos, Alexandre Muniz, apresentou o sistema de Visão de Negócios (VIN), em palestra na Associação Paulista dos Técnicos de Seguro (APTS). Segundo o executivo, o VIN é uma plataforma de *business intelligence*, trabalhando com o inter-relacionamento de informações dos bancos de dados da empresa. Essa solução agiliza processos administrativos, relatórios de atendimentos, sinistros e detecta fraudes, podendo ser integrada a qualquer sistema, sem precisar de treinamento. O VIN é desenvolvido de acordo com a necessidade de cada cliente.

Mais interativo e dinâmico

PLANETA SEGURO

Destaque

Jusdica suspende liminar e determina que obra de Jo...

Itaú Seguro Auto firma parceria com Ipiranga
O Itaú Seguro Auto e o Posto Ipiranga fecharam uma parceria que garante benefícios exclusivos para segurados de automóvel do Itaú e ... [\(Leia mais\)](#)

Yasuda Seguros e Quality Corretora promovem ação de Saúde
Em parceria com a Quality Corretora, a Yasuda Seguros, promoverá a aferição gratuita de glicemia e pressão arterial junto aos visitantes... [\(Leia mais\)](#)

SulAmérica vence Prêmio Consumidor Moderno
A SulAmérica Seguros, Previdência, Investimentos e Capitalização venceu, pelo oitavo ano consecutivo, o prêmio Consumidor Moderno de ... [\(Leia mais\)](#)

Grupo BB e Mapfre apoia Projeto de Fundação Gol de Letra
Fortalecer a inclusão social, respeitar e apoiar os direitos humanos e contribuir para a qualidade de vida da sociedade. [\(Leia mais\)](#)

Últimas Notícias

- SulAmérica amplia oferta de serviços
- Bradesco Capitalização distribui mais de R\$ 4,4 milhões
- Executiva da Mongeral Aegon no Clube das Luluzinhas
- Allianz Seguros ilumina Teatro Municipal
- "Craque de Vendas" é o tema da 5ª edição da Capemisa
- Porto Seguro lança aplicativos
- Assim promove campanha de prevenção de doenças
- Gristec explica a importância do modal rodoviário
- Berkley traz cotações on-line para seguros de RD Equipamentos
- CesceBrasil implementa ouvidoria interna

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

Zurich quer ficar entre as maiores Lange: objetivo é investir no corretor



Stettler em apresentação

No dia 7 de maio, a Zurich Seguros promoveu um café da manhã no Hotel Renaissance, em São Paulo, para mostrar os novos projetos que irá desenvolver em 2013. As ações serão comandadas por uma nova equipe, que atenderá de forma personalizada o corretor e o segurado. A companhia desenvolveu um sistema inovador para que cada assunto seja tratado diretamente com um profissional de

determinado segmento. A estratégia irá agilizar a solução de problemas e o esclarecimento de possíveis dúvidas. Na ocasião, a companhia apresentou também as metas alcançadas no ano de 2012, tornando-se a quinta maior seguradora atuando no Brasil, após firmar parceria com o Grupo Santander.

“É com muita satisfação que apresentamos os dados sobre o crescimento da nossa companhia. Trabalhamos muito para chegar entre as cinco maiores do mercado e temos projetos para conquistar novas posições”, comenta o vice-presidente de Seguros Gerais, Werner Stettler.

Aon e Generali: parceria tática



CCO da Aon Hewitt Latin América, Max Maggi, ministrou palestra no evento “Benefícios Globais”

Especialistas de consultoria expuseram as conveniências de haver um único provedor global, no evento “Benefícios Globais – Estratégias Integradas e Modelos de Planejamento”, realizado recentemente em São Paulo. Voltado para companhias brasileiras e multilatinas, o workshop mostrou as vantagens de se ter um

único provedor para apólices de seguros de vida e acidentes pessoais. Na ocasião, a Aon Brasil apresentou estratégias e serviços para expatriados, mostrando as diferentes formas de oferecer benefícios a funcionários transferidos para fora do País. O evento contou com a parceria da Generali Seguros.

“A expectativa desse projeto é conseguir atender um número muito grande de empresas da América Latina que estão se internacionalizando para o resto do mundo”, comenta o gerente estratégico da Aon, Fábio Ursaia de Oliveira. Para o CEO da Generali, José Ribeiro, a parceria com a Aon é estratégica e faz parte de uma abordagem já executada na Generali, que é trabalhar com os grandes brokers internacionais. Segundo o diretor vice-presidente da Generali, Valter Luis Hime, “a ideia é consolidar e mostrar as vantagens de desenvolver modelos globais e propiciar administração de benefícios para os colaboradores”. (BN)



Camaracor-SP recebe executivos da Allianz

Desde 2012, a Allianz Seguros vem investindo forte no País. Seus esforços foram voltados para melhorar a gestão comercial, relacionamento e controles internos. Para 2013, o foco é o relacionamento com seus parceiros de negócios, que teve início na primeira “Tribuna Livre” de 2013 da Câmara dos Corretores de Seguros do Estado de São Paulo (Camaracor-SP), e também com o lançamento do novo programa de relacionamento voltado inteiramente a esses profissionais.

Durante a ‘Tribuna’, o CEO Edward Lange disse que o grupo possui a meta de atingir R\$ 5,8 bilhões esse ano. Para isso, a Allianz investiu em uma nova ferramenta, que pretende agilizar e facilitar o trabalho dos corretores que trabalham com a seguradora. O evento propiciou aos profissionais sanar suas dúvidas sobre a nova plataforma e gestão da companhia. Além da plataforma, a empresa lançou o programa de relacionamento “Alliadoz”, que é a conclusão de uma pesquisa realizada com os corretores desde 2011. Segundo o diretor comercial Ramon Gómez, se, antes, o centro das atenções da seguradora era a produção, este ano eles prezam pela renovação e concentração de negócios. “Para incentivar os corretores a nos fidelizar, estruturamos um programa que visa a estruturar benefícios, campanhas, eventos e comissões”. (CP)

Público decidirá nome da arena do Palmeiras

Allianz Seguros irá batizar o estádio de acordo com a escolha dos internautas

Cristiane Pappi

Quem irá escolher o nome com o qual a Allianz vai batizar a nova arena palmeirense serão os internautas. A campanha, lançada no final de abril, pela Allianz, WTorre e AEG em parceria com o time alviverde, irá dar ao brasileiro a oportunidade de mostrar qual é seu nome preferido: Allianz Parque, Allianz Center ou Allianz 360°. A enquete se encerra no dia 20 de maio na fanpage da seguradora.

A companhia reafirmou seu patrocínio ao esporte junto com os parceiros para a concessão de naming rights da nova arena alviverde durante vinte anos, com prorrogação para dez anos, em evento realizado no Shopping JK, em São Paulo. Essa é a quinta arena, no mundo, que a seguradora passa a

ser detentora do nome.

Segundo o CEO da Allianz Seguros, Edward Lange, a intenção é alinhar a marca Allianz à paixão pelo futebol. Segundo o executivo, a escolha por um estádio que cumprisse todos os requisitos exigidos pelo grupo foi rigorosa. A nova arena, além dos jogos, possui boa localização, será sustentável e também terá um complexo voltado para compras, shows, gastronomia e entretenimento.

“Nós contratamos o trabalho de uma das melhores agências de branding do mundo para chegar a essas opções. Agora queremos saber a opinião do público, antes de decidir qual será o nome do estádio”, explicou Lange. Na opinião do CEO da companhia, “o ‘nova arena’ é o primeiro estádio que atende todos os padrões estabelecidos pela Fifa. A Allianz

acredita no potencial brasileiro, e principalmente, na capital do entretenimento que é São Paulo”.

Serão premiados os autores das cinco melhores frases. Os prêmios são os seguintes:

1º colocado – um par de ingressos para a abertura da arena e um par de ingressos para cada um dos shows e jogos que ocorrerem na arena pelo período de um ano;

2º lugar – um par de ingressos para o evento de abertura do estádio e um par de ingressos para um show de sua escolha no estádio;

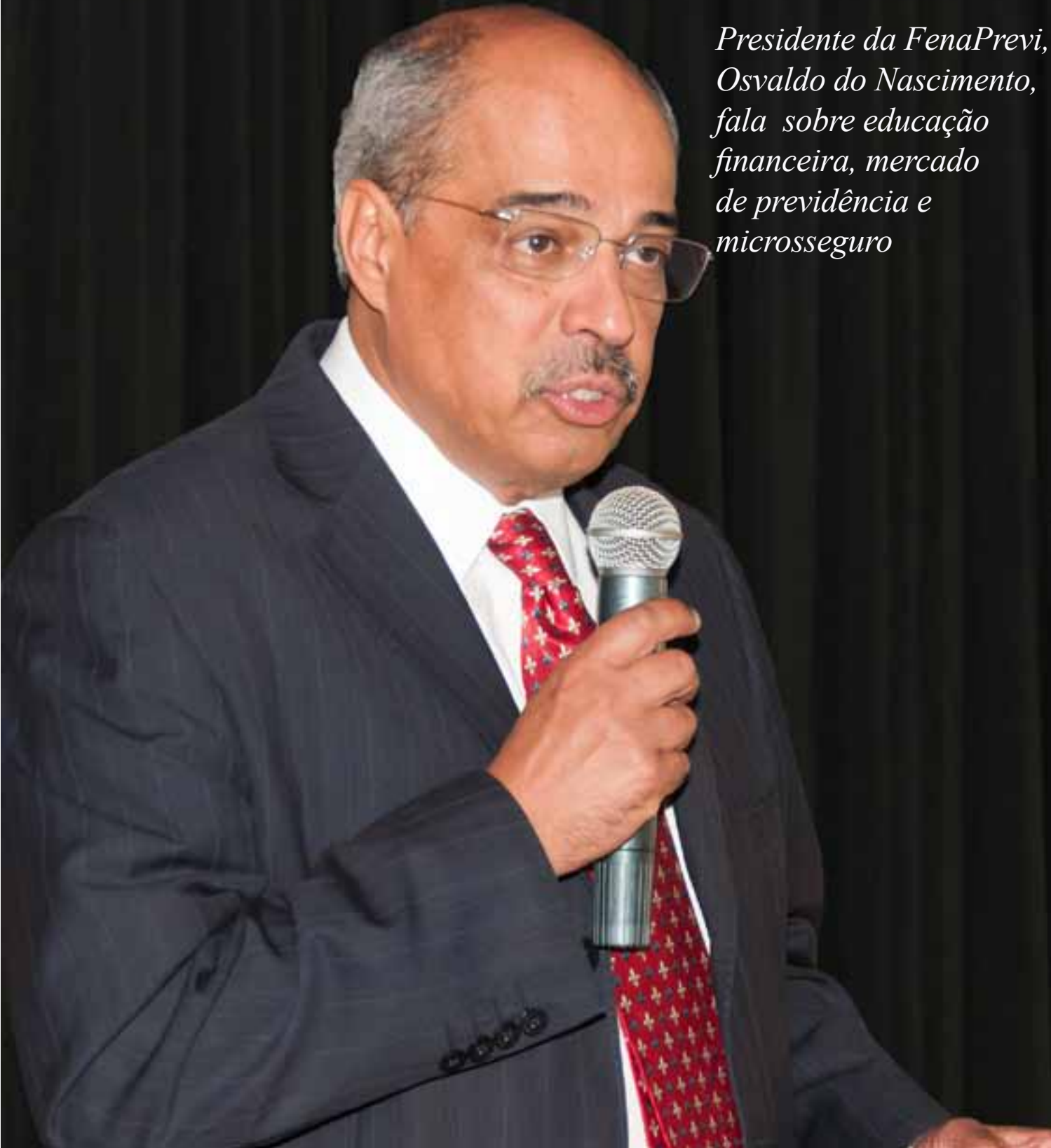
3ª posição – um par de ingressos para o evento de abertura da arena e um par de ingressos para um jogo no estádio, a ser escolhido pelo vencedor;

4º e 5º colocados – um par de ingressos para o evento de inauguração da nova arena.



O desafio de investir na poupança de longo prazo

Presidente da FenaPrevi, Osvaldo do Nascimento, fala sobre educação financeira, mercado de previdência e microsseguro



Carlos Alberto Pacheco

Análise informativa do panorama econômico brasileiro. Essa é a principal característica do atual presidente da Federação Nacional de Previdência Privada e Vida (FenaPrevi), Osvaldo do Nascimento, conhecedor profundo desse segmento. Ele está à frente do cargo desde 7 de fevereiro e imprime uma marca muito peculiar – é didático em suas explicações. Com o compromisso de continuar o trabalho desenvolvido pela gestão anterior, Nascimento resalta a tarefa de educar o cidadão e investidor brasileiro como uma de suas ações fundamentais em seu mandato.

“Num cenário de juros baixos, as pessoas reúnem as condições necessárias de entender como formar uma poupança de curto, médio e longo prazos”, reiterou o presidente da FenaPrevi, em entrevista exclusiva à reportagem da **Revista Seguro Total**. O cidadão pode planejar melhor as suas aplicações e adequar o orçamento familiar a uma perspectiva de futuro. Contudo, o investidor deve preocupar-se em conhecer como funciona o mercado de previdência e vida, antes de optar por um produto específico.

Ao adquirir a percepção desse mercado, segundo Nascimento, o investidor saberá alocar adequadamente seus recursos. “As pessoas devem saber como assumir os riscos num cenário de juros baixos. No caso da previdência complementar, há diferenças no tratamento tributário nos planos de PGBL e VGBL”, adverte. O presidente da FenaPrevi aponta a internet como ferramenta importante na escolha do produto. Um exemplo são os simulares on-line das seguradoras que oferecem in-

formações (e probabilidades) sobre o tipo de investimento e o aporte de recursos desejados, seja de seguro de vida ou previdência.

Quanto aos produtos ligados a pessoas, o presidente espera que o desempenho favorável de 2012 e dos anos anteriores se repita em 2013, como foi o caso do seguro prestamista. Este configura-se como uma proteção financeira para empresas que vendem a crédito, bem como ao segurado que fica livre da responsabilidade em caso de sinistro. Para o executivo, o trabalhador com renda adequada ainda busca o seguro de vida em casos muito específicos. A educação financeira também estimularia o cidadão a buscar sua proteção e da própria família.

De fato, a educação financeira flui com naturalidade em um ambiente econômico estável. Afinal, o governo procura manter a inflação sob controle. Por outro lado, o índice de desemprego é baixo e o poder aquisitivo do brasileiro mantém-se em níveis satisfatórios. O cenário de céu de brigadeiro só não é completo porque a previsão do crescimento do Produto Interno Bruto (PIB) em 2013 é de 3,1%, de acordo com o Banco Central – antes a estimativa era de 4%. Mas esse não é um dado que preocupa o presidente da federação. “É importante que o governo se empenhe para que o crescimento do PIB seja compatível com a evolução de nossa economia, pois, assim, haverá uma atração maior de investimentos de longo prazo”, comenta. Em sua opinião, o Brasil não pode utilizar recursos da previdência para projetos de baixo retorno.

Nascimento reitera que, quanto mais pessoas ocupadas, melhor é o desempenho do setor. “Em 2012, as reservas técnicas da previdência

cresceram 29% e, até o final deste ano, esse percentual deve ultrapassar 30%”, acredita. Nesse prognóstico, em 2013, o volume de reservas poderá ser superior a R\$ 400 bilhões. De qualquer forma, Nascimento espera que o brasileiro se conscientize cada vez mais da necessidade de poupar e reverta um quadro desfavorável. “Hoje, a poupança representa apenas 13% do PIB”, lamenta.

Microseguro

A ascensão social tem sido um fenômeno genuinamente brasileiro, sobretudo em relação à nova classe C. Para quem tinha pouca capacidade de poupança, o microseguro surge no cenário econômico como forma de preservar o pequeno patrimônio, pavimentando o caminho da ascensão social. Os seguros de baixo preço oferecidos pelas seguradoras são diversificados e cabem do bolso dos emergentes. “Na medida em que a taxa de desemprego continue reduzida, as pessoas terão estímulo para garantir seu patrimônio conquistado ao longo do tempo”. A propagação do microseguro é uma das metas da gestão de Osvaldo do Nascimento.

O presidente da FenaPrevi defende a popularização dos seguros com a consequente simplificação dos processos, cujas regras atuais são extremamente “onerosas” e “antiquadas”. E defende o aperfeiçoamento da legislação do mercado. Em seu mandato, Nascimento quer viabilizar um projeto de levar o conceito do seguro e a educação financeira para as escolas de ensino médio do País e, assim, dar sua contribuição no sentido de mostrar à sociedade a importância de proteger a vida e o patrimônio. “O brasileiro deve ter o direito de realizar o sonho da família”, enfatiza.

Marinho Despachantes: 45 anos de pioneirismo no setor



Marinho Despachantes mantém uma atuação sólida e ética no mercado

Em 1968, com apenas 19 anos de idade, o jovem Mário Abicalam foi emancipado pelos seus pais, alugou uma sala na Rua João Boemer, no Pari, e começou a trabalhar como despachante. Devido à postura inovadora e proativa de seu fundador, a Marinho foi conquistando mercado e, em 1977, a empresa mudou-se para sua primeira sede própria. Em 1980, a atual presidente, Elza Aguiar, ingressou na empresa também ainda muito jovem, com apenas 16 anos. Como o pioneirismo está no DNA da empresa, em 1986, a Marinho Despachantes comprou cinco imóveis entre a Rua Rio Bonito e a Avenida Carlos de Campos, no Pari, e construiu o prédio onde até hoje funciona a sede da empresa.

Com o crescimento e o desenvolvimento do mercado automobilístico, a Marinho verificou que muitas empresas tinham a necessidade de

controlar suas frotas de veículos. Assim, a Marinho passou a atender também pessoas jurídicas e desenvolveu, em 1996, um programa para controlar as frotas dos clientes, desde as obrigações de licenciamentos e transferências, até o controle e acompanhamento de multas de trânsito.

No ano 2000, devido às mudanças impostas aos mercados de seguros, bancos e financeiras pelo novo Código de Trânsito Brasileiro (CTB), que entrou em vigor em 1998, a Marinho mais uma vez saiu na frente e criou vários modelos de atendimento: Doc Sinistros, Doc Salvados, Doc Autofin e Doc Reintegrados, utilizados até hoje. Neste ano, a empresa deu um salto para o crescimento e o número de colaboradores passou de 15 para quase 130.

Em 2010, com o falecimento do fundador da empresa, Mário Abicalam, sua sócia Elza Aguiar assumiu a presidência e imprimiu novos rumos ao empreendimento implantando a área jurídica, que resultou na parceria com a Freitas Advocacia, escritório especializado no Código de Trânsito Brasileiro (CTB), firmada em 2012.

Quatro décadas e meia se passaram e a Marinho mantém uma atuação sólida e ética no mercado. Hoje reúne cerca de 200 colaboradores, atendendo a um portfólio de mais de 90 mil clientes e teve seu empreendedorismo e o pioneirismo reconhecidos pelo Sebrae/SP, que premiou a presidente da empresa, Elza Aguiar, como a grande vencedora da etapa estadual do “Prêmio Mulher de Negócios”. Segundo Elza, a empresa vai continuar investindo em ferramentas tecnológicas e no capital humano, com o objetivo de prestar serviços cada vez mais inovadores e diferenciados ao mercado para os próximos 45 anos. Conheça mais sobre a Marinho acessando o site www.marinhodespachantes.com.



Elza: empresa continuará investindo em tecnologia

Investindo em talentos

Desde 2005, a Marinho mantém o programa “Educa Doc – Não há limites para o conhecimento”. Criado e idealizado por Elza Aguiar, que até hoje faz questão de ministrar os treinamentos, o programa surgiu da necessidade da empresa de formar profissionais para o mercado. Com o objetivo de desenvolver pessoas

por meio da capacitação profissional, a Marinho oferece treinamentos técnicos aos participantes, criando oportunidade de primeiro emprego e de recolocação no mercado de trabalho.

“A Marinho investe constantemente na formação de novos talentos. Entendemos que o capital humano é fundamental para que nossa prestação de serviços seja diferenciada. Há uma nova geração de

profissionais sendo formada e além dos conhecimentos técnicos, passamos noções e atitudes empreendedoras no ambiente de trabalho”, ressaltou a presidente da Marinho Despachantes, Elza Aguiar. Ao longo de sete anos do programa, mais de duas mil pessoas já foram formadas e os treinamentos são contínuos. Os interessados podem enviar o currículo para educadoc@marinhodespachantes.com.



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



O futuro pode ser construído a partir de agora

Lições de como investir o dinheiro e garantir dias mais tranquilos sem sobressaltos

Foto: Topsegurovida.com



Carlos Alberto Pacheco

Duas pessoas diferentes com necessidades específicas, mas há algo em comum: a preocupação com o futuro. Cena 1: Há cerca de cinco anos, a dentista paulista Maria Rita de Oliveira decidiu fazer um plano de previdência complementar, pensando na aposentadoria. Assalariada, ela declara o Imposto de Renda pelo formulário completo e por isso escolheu o PGBL (Plano Gerador de Benefício Livre), com a orientação de seu gerente. “Contribuo com R\$ 250 todo o mês e hoje me sinto mais disciplinada porque é o investimento que me dará tranquilidade em longo prazo”, comenta.

Cena 2: A auxiliar administrativa carioca Ivana de Oliveira Barcelos, casada, mãe de três filhos e moradora no Morro Dona Marta, na zona

sul do Rio de Janeiro, até 2010, nem imaginava a importante decisão que iria tomar. Convencida por um corretor amigo, resolveu contratar um seguro de vida que oferece assistência funeral naquele mesmo ano. Passado algum tempo, sua sogra faleceu – ela era a beneficiária do plano. Todas as despesas de sepultamento foram pagas. “Valeu a pena eu ter feito esse seguro”, comentou. Ivana contribui com módicos R\$ 6 mensais no produto.

Dois exemplos que provam uma mudança de mentalidade do brasileiro quanto à necessidade de garantir dias melhores não só para si, como a toda a família. O setor de vida e previdência é um retrato fiel dessa nova visão do consumidor. “O mercado de seguros de vida amadureceu muito nesses últimos anos em termos de produtos, mas, além da regulamentação e lançamento

do microsseguro, há ainda muito espaço para avanços e melhorias”, ponderou o professor dos cursos de MBA em Seguros da Fundação Getúlio Vargas (FGV) e Fundação Instituto de Administração da Universidade de São Paulo (FIA/USP), Samy Hazan, em recente artigo no *Caderno de Seguro*.

Potencial para crescer. Em suma, essa é a crença geral das seguradoras que trabalham com previdência complementar. Segundo análise do presidente da Federação Nacional de Previdência Privada e Vida (FenaPrevi), Osvaldo do Nascimento, a desilusão com a previdência oficial e as incertezas quanto à aposentadoria pelo INSS são fatores que levam muitos brasileiros a optar por um modelo privado. Em evento promovido pelo Clube Vida em Grupo São Paulo (CVG-SP), Nascimento, advertiu que a garantia de expansão no setor reside no aperfeiçoamento do “arcabouço regulatório”, além de investimento em educação financeira e formatação de novos produtos.

Performance

De acordo com levantamento da FenaPrevi, o mercado de pessoas, que engloba produtos, como os



Hazan: mercado amadureceu nos últimos anos

seguros prestamista, educacional e de vida individual e em grupo, fechou 2012 com R\$ 21,8 bilhões em prêmios emitidos – crescimento de 14,45% em relação ao acumulado do ano anterior. O seguro viagem, que cobre acidentes, extravio ou perda de bagagens, despesas hospitalares e médicas de viajantes em deslocamentos no Brasil e exterior, foi o destaque no período. Foram emitidos R\$ 68,1 milhões de prêmios em 2012, expansão de 59,28% em relação aos doze meses de 2011.

Já o mercado de previdência complementar aberta encerrou 2012 com arrecadação de R\$ 70,4 bilhões. O montante de novos recursos é 31,54% superior ao registrado no total de 2011, quando R\$ 53,5 bilhões ingressaram no sistema. É o maior índice de expansão verifi-

cado desde 2004, quando o volume de depósitos cresceu 28,49% frente a 2003. Com o desempenho da previdência complementar aberta em 2012, a carteira de investimentos do sistema alcançou o patamar de R\$ 338,5 bilhões no mês de dezembro – segundo a FenaPrevi –, alta de 25,81% na comparação com os R\$ 269,1 bilhões registrados no mesmo mês do ano passado.

Com isso, a carteira de investimentos do VGBL obteve alta de 31,45%, passando de R\$ 159,3 bilhões para R\$ 209,4 bilhões. Já a carteira do PGBL cresceu 14,56%, no período e registrou R\$ 75,1 bilhões. Por fim, a carteira dos planos tradicionais passou de R\$ 43,6 bilhões para R\$ 53,4 bilhões, alta de 22,38%. No consolidado de 2012, a previdência complementar aberta fechou o ano com 11,8 milhões de participantes ativos e algo em torno de 95 mil já usufruindo os benefícios - aposentadoria, pecúlio, pensão, renda por invalidez e renda a menores.

Os dados do primeiro trimestre de 2013 confirmam a evolução do setor previdenciário. Segundo levantamento feito pelo consultor Roberto Castiglione, com base nos números divulgados pela Susep, o mercado de seguros e previdência privada encerrou o período de janeiro a março com lucro líquido

não consolidado de R\$ 3,5 bilhões contra R\$ 3,3 bilhões verificado em igual período do ano passado – crescimento nominal de 6%. “Excluindo o resultado de coligadas e controladas, o lucro líquido passa para R\$ 2,1 bilhões contra R\$ 1,9 bilhão de 2012, um aumento de 9%.”, acrescenta Castiglione. O levantamento aponta que o volume de prêmios emitidos sem efeitos de provisões somou R\$ 35,9 bilhões contra R\$ 28,9 bilhões no ano anterior, crescimento de 24%. Excluído o VGBL, o segmento de seguros gerou receita de R\$ 19,4 bilhões contra R\$ 16,5 bilhões registrados no ano passado, um avanço de 17,9%.

O presidente da Bradesco Vida e Previdência, Lúcio Flávio Conduro de Oliveira, é otimista quanto ao crescimento deste mercado em 2013. Ele menciona os dados da Confederação Nacional das Seguradoras (CNseg) quanto à evolução na casa de dois pontos percentuais. Em sua análise, para este ano, a estimativa é de que “o volume de recursos movimentado chegue a R\$ 290 bilhões, o que representará avanço de 13% sobre o obtido em 2012”. Isso representa, de acordo ele, a certeza de que o brasileiro está investindo fortemente na proteção de sua vida, dos bens e de seu futuro, adquirindo seguros e planos de previdência.

PARTICIPAÇÃO DO MERCADO SEGURADOR BRASILEIRO NO PIB - 2012

	2012	4º TRI	3º TRI	2º TRI	1º TRI
AUTO	0,56%	0,57%	0,61%	0,54%	0,52%
RE	0,45%	0,45%	0,47%	0,43%	0,44%
VIDA	0,50%	0,50%	0,50%	0,48%	0,51%
PREV.	1,60%	1,90%	1,38%	1,69%	1,44%
CAP.	0,38%	0,39%	0,39%	0,37%	0,36%
SAÚDE	0,48%	0,55%	0,48%	0,45%	0,45%
CONSOLIDADO	4,08	4,43%	3,93%	4,03%	3,88%

Fonte: FenaPrevi

Proteção fundamental à vida e acidentes pessoais



Jorge: foco principal da Capemisa é oferecer ampla proteção à pessoa e toda a sua família

As companhias aproveitam esse mercado ‘em ebulição’ para conquistar um espaço precioso junto aos clientes. A Capemisa, por exemplo, investe nos segmentos de vida em grupo e acidentes pessoais. “Nosso foco principal é oferecer proteção à pessoa e a sua família”, informa o diretor técnico-atuarial, Claudio Jorge. Ele destaca os produtos da família VIP. Tratam-se de pecúlios que propiciam ao participante fazer o resgate do investimento após 24 meses. Há vários tipos de cobertura, entre as quais doença, morte e despesas médico-hospitalares.

Na esfera empresarial, Jorge destaca o seguro Viva Flex, que inclui várias garantias, beneficiando o cônjuge e os filhos dos colaboradores, e o CIA Proteção Corporativa Capemisa. Este último é um seguro de acidentes pessoais, extensivo aos funcionários e seus familiares. “O Viva Flex e o CIA representam, respectivamente, 65% e 25% do faturamento da carteira”, acrescenta o diretor.

A Allianz Seguros, por sua vez, foca as ações nos produtos de vida individual e os voltados à pequena e média empresa. O diretor de Vida, Atuária e Precifica-

ção da companhia, Olivio Luccas Filho, ressalta os benefícios do seguro de vida, considerando-o “completo”. O cliente dispõe de assistência funeral ampliada à família. “É extensivo ao pai, mãe, cônjuge, sogros todos com até 65 anos no momento da contratação”, explica. O seguro oferece, ainda, cobertura de câncer de mama, ovário e útero para mulheres e próstata (homens), sem cancelar a apólice ou reduzir o valor do capital da cobertura por morte. Funciona no sistema de cotação reversa: o segurado define quanto quer pagar por mês e recebe as sugestões de acordo com o seu orçamento.

No caso dos seguros de PME, a cotação é on-line e, segundo Olivio, atende a todas as modalidades de contratação que a empresa precisa. Oferece três tipos de cobertura: básica (morte), adicionais e suplementares. “O seguro protege funcionários registrados, entre 14 e 65 anos, que se encontram saudáveis”, esclarece o diretor. Olivio está otimista: a carteira de vida cresceu 38% em 2012 e sua expectativa é um avanço ainda maior em 2013, ou seja, por volta de 50%.



Olivio: segurado define quanto quer pagar e recebe sugestões de acordo com o seu orçamento



Nancy: trabalho com excelência visa melhorar atendimento e liquidar rapidamente os sinistros

Em companhias como a Tokio Marine Seguradora, os produtos de vida têm forte apelo no ambiente corporativo. “Trabalhamos com excelência operacional, ao melhorar o atendimento e liquidar rapidamente os sinistros”, garante a diretora de Seguros de Pessoas, Nancy Rodrigues. Ela lembra que a seguradora possui um diferencial: em sua ferramenta de sinistro do portal “Nosso Corretor”, corretores e segurados podem registrar avisos de ocorrência de acidentes ou prejuízos materiais. Além disso, a Tokio também disponibiliza cadastramento do registro e acompanhamento dos processos de sinistro dos seguros de pessoas.

A seguradora oferece uma variedade de produtos para micros, pequenas e médias empresas, com ampla diversidade de coberturas e serviços que podem ser contratados de acordo com a necessidade do cliente. Na modalidade de acidentes pessoais, o destaque é um produto específico com coberturas e serviços para alunos e funcionários de escolas da rede particular de ensino. As coberturas abrangem morte acidental, invalidez permanente total ou parcial e despesas médicas, hospitalares e odontológicas.

Fundos são opções que atraem o investidor



Para Terzi, mercado de vida e previdência possui opções interessantes de investimento

O vice-presidente de Vida e Previdência da SulAmérica Seguros, Renato Terzi, salienta que o mercado brasileiro de vida e previdência complementar possui opções interessantes de investimento. Terzi menciona duas alternativas de fundos para pessoa física lançados em 2012. Enquanto o primeiro fundo está ligado ao índice de inflação, a eficiência do segundo depende da qualidade do gestor. “A SulAmérica dispõe de uma grade de produtos que atende todo o tipo de consumidor”, enfatiza. Ambos são dirigidos a clientes com aplicação mínima de R\$ 200 mil, cujo principal diferencial é a gestão ativa dos recursos.

De acordo com Terzi, o “SulAmérica Prestige Inflatie Prev” acompanha a variação do índice inflacionário. O cliente utiliza, no mínimo, 95% dos rendimentos vinculados ao Índice de Mercado Ambima B (IMA-B), ou seja, uma média ponderada da rentabilidade dos títulos do governo corrigidos pela inflação ao longo de determinados períodos. Já o “SulAmérica Prestige Total Prev” exibe perfil agressivo. O

fundo aloca até 49% dos recursos em carteira diversificada de ações de companhias abertas. O retorno se dá em longo prazo por meio de uma gestão ativa, sem acompanhamento dos principais índices da Bolsa de Valores. Os outros 51% são investidos em títulos de renda fixa. “Ao longo do tempo, a SulAmérica desenvolveu expertise no mercado brasileiro de fundos de previdência”, comenta Terzi.

Os fundos de pensão também atraem um interesse considerável do investidor. A Metlife Brasil possui o Multiprev, fundo múltiplo de pensão que administra planos de benefícios de 54 grupos econômicos. A superintendente de previdência da companhia, Rosângela Jardim, explica que, ao todo, são 65 planos, 141 patrocinadoras e algo superior a 42 mil participantes. “Já efetuamos pagamento de benefícios a mais de 2 mil assistidos. Nos últimos três anos, tivemos a adesão de 13 novos planos e, em 2013, serão implantados, pelo menos, mais seis. Estamos muito otimistas com relação a novas conquistas”, acredita.

Para Rosângela, existe uma espécie de concorrência velada entre os dois sistemas previdenciários no Brasil (aberto e fechado), porém, ambos possuem algumas características distintas. “Um exemplo é o fato de que na previdência aberta é possível efetuar resgates periódicos. Caso o participante não tenha uma educação previdenciária, se descaracterizará o principal objetivo de obter o bene-

fício da aposentadoria. Contudo, um sistema pode ser complementar a outro. É o caso do VGBL, que pode ser complementar a um plano fechado, devido à peculiaridade tributária”, explica. A superintendente argumenta que, afinal, trata-se de uma concorrência saudável, cada qual com oportunidades de crescimento e fundamentais para o fomento da previdência complementar no Brasil.

Em termos de seguro de vida, o mix de produtos preza pela diversificação. Há os planos individuais, cujos beneficiários se estendem à família do cliente, e os empresariais, classificados em PME (voltados a organizações com até 300 funcionários), Corporate (até mil funcionários) e Large (acima de mil, que inclui as multinacionais). O corretor é o principal canal de distribuição, preparado adequadamente para comercializar o portfólio, sobretudo ao público empresarial. “Nos produtos de Vida PME, possuímos executivos de contas. São capacitados no atendimento a esse perfil de cliente. Eles apoiam os corretores a crescer em suas carteiras e em todas as linhas de negócio”, explica a diretora comercial e broker da Metlife, Renata Ferraz.



Rosângela: concorrência saudável entre a previdência aberta e fechada

Produtos formatados segundo o perfil dos clientes



Segundo Lúcio Flávio, portfólio de produtos da Bradesco se adequa a qualquer perfil do cliente

Presente em todo o País, a Bradesco Vida e Previdência – empresa do Grupo Bradesco Seguros – possui mais de 25 milhões de clientes. Segundo o presidente Lúcio Flávio Conduro de Oliveira, até março último, exibiu faturamento de R\$ 5,6 bilhões, evolução de 13,8 % em relação a igual período de 2012. “Para este ano, a empresa visa manter o mesmo ritmo de crescimento dos anos anteriores, cerca de 20% a 25% nos segmentos de vida e previdência”. Lúcio Flávio lembra que a companhia possui portfólio variado de produtos que se adequa a qualquer perfil do cliente, além de investir na capacitação dos funcionários, colaboradores e corretores.

Lúcio reitera que os planos PGBL e VGBL da Bradesco são, hoje, excelentes alternativas de acumulação de recursos no longo prazo. “Flexíveis, permitem contribuições conforme a disponibilidade de cada participante, e adaptam-se a diferentes perfis de investidor, dos mais conservadores aos mais arrojados”, reforça. Na modalidade PGBL há o benefício fiscal, pois as contribuições podem

ser deduzidas na declaração do Imposto de Renda Pessoa Física, no modelo completo, até o limite de 12% de sua renda bruta anual. E, no segmento de Vida, o portfólio é igualmente diversificado e oferece produtos com mensalidade a partir de R\$ 3,50.

Disciplina. Essa é a palavra chave que para quem investir em produtos de vida e/ou previdência complementar. No atual cenário econômico, é imprescindível que os investidores estabeleçam o seu apetite ao risco e definam uma carteira adequada e, se possível, diversificada. Essa é a tese defendida pela diretora de Produtos e Marketing da Icatu Seguros, Aura Rebelo. De qualquer forma, de acordo com ela, a Icatu estabelece relacionamentos de longo prazo com os clientes, exigindo transparência e confiança.

Em 2012, Aura lembra que a empresa lançou dois novos produtos de Vida individual: o Vida Special e o Unique, “que proporcionam grande flexibilidade na escolha das coberturas”. Ela enfatiza alguns diferenciais. O primeiro deles é a telesubscrição (aceitação dos riscos feita por entrevista telefônica). “É um modelo inovador, que substitui a declaração pessoal de saúde. A Icatu é uma das primeiras seguradoras a trabalhar com esse modelo que trará qualidade de informações e mais eficiência, simplificando a contratação do seguro”, define. Outro diferencial é



Aura: investidores devem estabelecer apetite ao risco e definir uma carteira adequada e diversificada

o guia “Próximos Passos”, um manual inédito no mercado com informações para quem optar pelo seguro de vida. O guia está disponível para consulta no site da companhia por qualquer pessoa, cliente ou não.

MERCADO BRASILEIRO DE SEGUROS E PREVIDÊNCIA	
R\$ MIL	
SEGUROS	
PRÊMIOS EMITIDOS	
PRÊMIOS EMITIDOS SEM EFEITOS RVNE	
PRÊMIOS RESSEGURADOS	
PRÊMIOS RETIDOS	
INCREMENTO PROVISÕES TÉCNICAS	
PRÊMIOS GANHOS	
SINISTROS RETIDOS	
DESPESAS DE COMERCIALIZAÇÃO	
RECEITA COM EMISSÃO DE APÓLICES	
OUTRAS R/D. OPERACIONAIS	
MARGEM DE SEGURO	
MARGEM DE PREVIDÊNCIA	
MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO	
DESPESAS ADMINISTRATIVAS	
DESPESAS COM IMPOSTOS	
RESULTADO INDUSTRIAL	
% COMBINED RATIO	
RESULTADO FINANCEIRO	
RESULTADO OPERACIONAL	
RESULTADO PATRIMONIAL	
RESULTADO NÃO OPERACIONAL	
RESULTADO ANTES TRIBUTOS/PLR/EQUITY	
DESPESAS COM TRIBUTOS	
PLR - EMPREGADOS	
RESULTADO ANTES DE EQUIVALÊNCIA PATRIMONIAL	
RES. COLIGADAS E CONTROLADAS	
LUCRO / PREJUÍZO DO PERÍODO	

Fonte: Castilione Consultoria Empresarial

Experiência centenária no mercado nacional



Dorea: momento é promissor para o segmento de pessoas. Companhias possuem gestores habilitados

Companhia com mais de cem anos de existência e especialista em pessoas, a Previsul Seguros exibe uma carteira diversificada de produtos. O gerente comercial Fausto Dorea destaca o Renda Hospitalar, que garante o pagamento de diárias ao segurado em casos de internação clínica, o Vida Previsul Sênior, seguro destinado a clientes dos 66 aos 80 anos, com indenização progressiva, e

o Renda Temporária por Incapacidade, que arca com o ônus de parte da dívida contraída com o estipulante, caso o segurado precise se afastar de trabalho remunerado, por um período superior a 15 dias, limitado ao período contratado.

Segundo Dorea, o atual momento é “promissor” para a área de pessoas. “O segmento ficou algum tempo sem ter a devida atenção das seguradoras e o cliente estava sem a atenção devida”, critica. Em sua análise, hoje, as companhias estão se estruturando, com gestores habilitados, produtos inovadores e com canal de distribuição que funciona em curto prazo. “Entendo que este é o momento do seguro de pessoas, pois até a classe C agora é beneficiada com este tipo de produto”, acrescenta Dorea.

Fundado em 1835, a Mongeral Aegon atravessou mais de 150 anos mantendo a tradição de uma empresa confiável no mercado. Em sua Linha de Vida,

acrescenta o gerente de produtos e inteligência de mercado da Mongeral Aegon, Marcus Marinho.

Entre as várias linhas de produtos da companhia, Marinho aponta a Private Solutions, que se sobressai com uma tecnologia de análise de riscos alinhada às práticas internacionais. O produto oferece capitais de até R\$ 10 milhões a pessoas com diferentes estilos de vida e perfis de saúde. É utilizado, também, como proteção de profissionais ou em acordos de recompra de ações, em caso de falecimento de sócios. Uma segunda linha é o “Agora Sim” e suas três vertentes – uma voltada à proteção da pessoa (cobre doenças graves, transplante de órgãos e diárias hospitalares), outra dirigida à família (coberturas de morte e invalidez do titular e cônjuge) e a terceira cobre morte natural ou acidental atrelada a alguns serviços de assistência e proteção do patrimônio. E, por último, Marinho cita a linha “Minha Família”, que exibe soluções de seguros populares. Além do seguro de vida, apresenta benefícios como a entrega de cestas básicas, em gêneros, o serviço de assistência funeral e a participação em sorteios pela loteria federal.

as soluções a br a n g e m pessoas dos 16 aos 85 anos, com planos vitalícios ou temporários, cujos preços variam segundo a idade. “Temos produtos que atendem a necessidade de policiais civis, militares, bombeiros e trabalhadores do sistema



Marinho: produtos atendem a policiais civis, militares, bombeiros e profissionais do sistema carcerário”

I TRIMESTRE				
'2012	%	'2013	%	%13/12
R\$ 16.439.629	100,00%	R\$ 19.487.790	100,00%	18,54%
R\$ 16.482.149		R\$ 19.425.082		17,86%
-R\$ 1.480.247	-9,00%	-R\$ 1.710.260	-8,78%	15,54%
R\$ 14.959.382	91,00%	R\$ 17.777.530	91,22%	18,84%
-R\$ 802.404	-4,88%	-R\$ 1.025.409	-5,26%	27,79%
R\$ 14.156.979	100,00%	R\$ 16.752.120	100,00%	18,33%
-R\$ 7.269.873	-51,35%	-R\$ 7.921.508	-47,29%	8,96%
-R\$ 3.265.706	-23,07%	-R\$ 3.640.578	-21,73%	11,48%
R\$ 487.607	3,44%	R\$ 147.014	0,88%	-69,85%
-R\$ 812.466	-5,74%	-R\$ 924.955	-5,52%	13,85%
R\$ 3.296.541	23,29%	R\$ 4.412.094	26,34%	33,84%
R\$ 670.671	4,74%	R\$ 650.450	3,88%	-3,02%
R\$ 3.967.211	28,02%	R\$ 5.062.544	30,22%	27,61%
-R\$ 2.234.172	-15,78%	-R\$ 2.563.814	-15,30%	14,75%
-R\$ 549.984	-3,88%	-R\$ 570.322	-3,40%	3,70%
R\$ 1.183.055	8,36%	R\$ 1.928.408	11,51%	63,00%
91,64%		88,49%		
R\$ 2.084.122	14,72%	R\$ 1.496.452	8,93%	-28,20%
R\$ 3.267.177	23,08%	R\$ 3.424.860	20,44%	4,83%
R\$ 14.899		R\$ 11.968		-19,67%
R\$ 1.611		-R\$ 7.013		*
R\$ 3.283.687	23,19%	R\$ 3.429.814	20,47%	4,45%
-R\$ 1.242.819	-37,85%	-R\$ 1.224.980	-35,72%	-1,44%
-R\$ 105.296	-5,16%	-R\$ 100.658	-4,57%	-4,40%
R\$ 1.935.572	13,67%	R\$ 2.104.176	12,56%	8,71%
R\$ 1.355.842		R\$ 1.368.831		0,96%
R\$ 3.291.414	23,25%	R\$ 3.473.006	20,73%	5,52%

O Estatuto do Idoso nos contratos de planos de saúde

*Marcelo Mazzola



A discussão é sensível, complexa e tem inegável densidade constitucional. Aliás, o Supremo Tribunal Federal (STF) já reconheceu a repercussão geral do tema e em breve analisará a matéria. De um lado, estão as operadoras de planos de saúde, que defendem a irretroatividade do Estatuto do Idoso aos contratos celebrados antes da sua vigência. De outro, estão os consumidores e os entes coletivos de proteção aos beneficiários de planos de saúde, que defendem a aplicação do Estatuto do Idoso a todos os contratos de planos de saúde em vigor, independentemente da data de sua celebração.

A grande discussão gira em torno da possibilidade, ou não, do aumento das mensalidades dos “idosos”, já que o art. 15, § 3º, da referida lei estabelece que “é vedada a discriminação do idoso nos planos de saúde pela cobrança de valores diferenciados em razão da idade”. Para os consumidores em geral, os reajustes para beneficiários com 60 anos ou mais são manifestamente abusivos e violam o Estatuto do Idoso, que, por

se tratar de uma lei de “ordem pública”, deveria ser aplicado indiscriminadamente a todas as contratações em vigor.

Por sua vez, as operadoras de planos de saúde defendem a existência do ato jurídico perfeito (contratação celebrada antes da vigência do Estatuto do Idoso), o direito adquirido (a expectativa das operadoras de praticarem os reajustes pactuados) e a própria garantia do equilíbrio contratual. O Superior Tribunal de Justiça (STJ) já proferiu algumas decisões sobre o tema, mas nem mesmo naquela Corte Especial há uma uniformidade de entendimentos.

Sem a menor pretensão de exaurir a controvérsia, arriscamo-nos a emitir uma opinião sobre o assunto. Não convence o argumento de que, por se tratar de uma lei de ordem pública, o Estatuto do Idoso deve ser aplicado automaticamente aos contratos de planos de saúde em vigor (considerados “cativos por longa duração”), inclusive àqueles instrumentos firmados antes de sua vigência. Isso porque, há muito, o STF consolidou o entendimento de que “o disposto no artigo 5º, XXXVI, da Constituição se aplica a toda e qualquer lei infraconstitucional, sem qualquer distinção entre lei de direito público e privado, ou entre lei de ordem pública e lei dispositiva”.

Por outro lado, não soa razoável a afirmação de que o aumento é abusivo

pelo simples fato de o consumidor ter atingido a idade de 60 anos, mesmo tendo assinado o respectivo contrato antes da vigência do Estatuto do Idoso. Isso porque, pode acontecer, por exemplo, que o contrato de plano de saúde não preveja aumentos gradativos durante a relação contratual, postergando para a faixa dos 60 e 70 anos os aumentos mais significativos.

Não será uma tarefa fácil para o STF harmonizar os princípios constitucionais em jogo, mas a tendência é que se trilhe o caminho da irretroatividade do Estatuto do Idoso nos contratos celebrados antes da sua vigência, desde que observadas algumas premissas, como, por exemplo: i) se há expressa previsão do reajuste e dos percentuais no instrumento negocial; ii) se existe uma justificativa plausível capaz de embasar o reajuste praticado naquele patamar específico; iii) se restou observado o princípio da boa-fé objetiva, impedindo-se, assim, a aplicação de índices de reajuste desarrazoados ou aleatórios capazes de inviabilizar a contratação; e iv) se o aumento praticado visa a manter o equilíbrio da relação contratual e impedir a ocorrência da chamada onerosidade excessiva para um dos contratantes.

Marcelo Mazzola é sócio do escritório Dannemann Siemsen

Rádio Imprensa FM 102,5

A Grande Jornada pelo Mundo dos Seguros

Às segundas-feiras, das 7 às 8 horas

Apresentação: Pedro Barbatto Filho



1 clique
que salva vidas.

PETRONAS

BlackBerry

Apreta o clique com a Allianz.

Com apenas alguns cliques,
você faz sua parte na proteção
decisiva que importa.
Cota Allianz Auto, um dos
melhores seguros do mercado
segundo os próprios clientes*.

allianz.com.br

Com você de A a Z

ALLIANZ 

© Allianz SE

Lewis Hamilton,
MERCEDES AMG PETRONAS Formula One™ Team

ALLIANZ SE



ALLIANZ

Os dados apresentados são baseados em pesquisas realizadas pela Nielsen e publicados no relatório "Pesquisas de Mercado de Seguros de Auto 2013" da Allianz Seguros S.A. em parceria com a Nielsen. Os dados são referentes ao período de 2012. Os dados são baseados em pesquisas realizadas com consumidores de seguros de auto. Os dados são baseados em pesquisas realizadas com consumidores de seguros de auto. Os dados são baseados em pesquisas realizadas com consumidores de seguros de auto.

José Adalberto Ferrara assume presidência da Tokio Marine



O Conselho de Administração elegeu José Adalberto Ferrara como presidente da Tokio Marine Seguradora, subsidiária de um dos maiores grupos do mercado de seguros no mundo. O executivo, que assumirá o cargo no dia 1º de julho, terá a missão de continuar o modelo de trabalho e negócios já adotado, além de seguir com o Plano Vencer, que prevê dobrar o volume de prêmios até 2016.

Superintendente em ação pela Previsul

A Previsul Seguradora anunciou a promoção da executiva Andréia Araújo. Ela é a nova superintendente comercial da companhia. Ela comandará equipes do Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Minas Gerais e Distrito Federal. Além do cargo, Andréia integra a diretoria do Clube Vida em Grupo do Rio Grande do Sul e do Sindicato das Seguradoras Previdência e Capitalização do Estado de Santa Catarina.



Nova gerente da sucursal SP da Lojacorr



A executiva Vanessa Scuriatti Dias é a nova contratada da sucursal São Paulo da Lojacorr S.A. Rede de Corretores. Advogada pela Universidade São Judas Tadeu e com MBA em Seguros e Resseguros pela Escola Nacional de Seguros, Vanessa fez carreira no setor de seguros administrando filiais de seguradoras, tendo passado pela Marítima e pela Mapfre Seguros. Na Lojacorr, ela será a responsável pela Filial Centro e irá atuar como gestora do grupo e na captação de novos corretores acionistas.

Grupo BB e Mapfre: novidade no RH



A executiva Cynthia Betti assumiu a Diretoria de Recursos Humanos do Grupo Banco do Brasil e Mapfre. Ela atua há 11 anos na organização, sendo os seis primeiros nas áreas de desenvolvimento, recrutamento e seleção e os últimos na área de Gestão Estratégica. É formada em Pedagogia pela USP, com MBA em Gestão Empresarial pela FGV e especialização pelo programa Desarrollo Directivo, ministrado pela Fundación Mapfre em parceria com a Universidad de Alcalá.

Paiva na Mongeral



A Mongeral Aegon anunciou Nelson Paiva como novo diretor de Negócios Cor-

porativos e Massificados. O executivo terá como desafio atender à crescente demanda por projetos e parcerias na área comercial. Formado em direito pela Universidade Estácio de Sá, possui MBA em administração e finanças pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-RJ). Paiva possui 25 anos de experiência no mercado.

Dal Ri assume 'automóveis' na FenSeg

O diretor de Automóveis da SulAmérica Seguros, Previdência e Investimentos, Eduardo Dal Ri, acaba de assumir a presidência da Comissão de Automóveis (CA) da Federação Nacional de Seguros Gerais - FenSeg. O mandato é de três anos. Com 21 anos de experiência no mercado de seguros, o executivo é formado em Ciências Atuariais pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul, com especialização em Finanças Empresariais pela Fundação Getúlio Vargas (FGV-RJ), além de MBA em Marketing de Serviços, realizados na Escola de Propaganda e Marketing (ESPM-SP) e MBA em Economia de Empresas pela Universidade de São Paulo (USP).



Capemisa: executiva à frente de capitalização



Rita Batista assume a nova área criada pela Capemisa Capitalização, a Superintendência de Capitalização. Com mais de 30 anos de carreira, Rita atuou em grandes empresas do setor desenvolvendo e implementando diversos produtos, além de presidir comissões da Federação Nacional de Capitalização (FenaCap) e participar de grupos de trabalho na Superintendência de Seguros Privados - Susep.

Novos vice-presidentes para a SulAmérica



Maurício Lopes



Marco Antunes

A Sul América S.A anunciou a promoção dos executivos Mauricio Lopes e Marco Antunes para cargos de vice-presidência na companhia. Lopes substituiu Gabriel Portella, atual presidente da seguradora, na vice-presidência de Saúde e Odontologia. É economista e possui MBA em Gestão Atuarial pela Universidade de São Paulo (USP) e mestrado em Economia (USP) e Ciências Atuariais (City University - Inglaterra). O executivo acumula experiência de mais de dez anos no segmento de saúde suplementar.

Já a vice-presidência de Operações,

que inclui call center e tecnologia, será liderada por Antunes, até então diretor de Operações e Relações Institucionais da área de Saúde. Formado em Química Industrial e pós-graduado em Administração pela Fundação Getúlio Vargas (FGV), Antunes faz parte do time de executivos da SulAmérica desde 2000. Detém 20 anos de experiência no segmento e já atuou em diversas seguradoras, além de ser representante da SulAmérica na Agência Nacional de Saúde Suplementar (ANS), na FenaSaúde e na Câmara de Saúde Suplementar.

Maemura é CEO da Pitney Bowes



A Pitney Bowes anunciou o executivo Silvio Maemura como CEO da companhia no Brasil. É engenheiro eletrônico formado pelo Instituto Tecnológico da Aeronáutica (ITA), mestre em Economia de Empresas pela FGV e fez o Programa de Gestão Executiva na *Graduated School of Business de Stanford University* (EUA). Atuou como gerente-geral da HP e NEC Solutions e também trabalhou na IBM, Itautec e Hitachi.



Sindicato que reúne três estados e o DF elege nova diretoria

Augusto Matos (foto) foi reeleito presidente do Sindicato das Seguradoras (Sindseg MG/GO/MT/DF) para um mandato de três anos. A eleição aconteceu no dia 21 de março, em Belo Horizonte. Matos tomou posse no dia 14 de maio. Ele promete defender o mercado, consolidando a cultura do seguro e difundindo-a em Minas Gerais, Goiás, Mato Grosso e mais o Distrito Federal.

<http://migre.me/etr47>



Akira Harashima recebe homenagem



O presidente da Tokio Marine, Akira Harashima, foi homenageado no dia 25 de abril pela Aconsege-SP. O tributo representa o bom relacionamento entre Harashima e os profissionais das assessorias. O executivo afirmou que esse canal tem excelente desempenho na seguradora e agradeceu a homenagem.

<http://migre.me/eqJp8>

Classe C adere ao seguro de assistência-viagem

A Inter Partner Assistance, empresa do Grupo AXA, estima que, nos próximos dois anos, a participação da assistência-viagem no faturamento da empresa, atualmente em 40%, cresça entre 5% e 8% ao ano, graças à contribuição da classe C. Com medo de ter as malas extraviadas ou de ficar doente enquanto viaja, esse consumidor colabora de forma significativa na expansão do negócio.

<http://migre.me/eqGQG>

Foto: FBNews



Inscrições estão abertas para o Congresso de Corretores de Seguros



Estão abertas as inscrições para o XVIII Congresso Brasileiro de Corretores de Seguros, que será realizado pela Federação Nacional dos Corretores de Seguros (Fenacor) entre os dias 16 e 18 de outubro, no Rio de Janeiro. “Nada melhor que realizar evento de tamanha relevância na cidade que é a capital do seguro”, afirma o presidente da Fenacor, Armando Vergilio, que espera reunir até 5 mil profissionais no evento.

<http://migre.me/eqHaT>

Segurar.com revela perfil do consumidor

Pesquisa realizada pela, Segurar.com, aponta que 62% dos consumidores que buscam a contratação de seguro auto, possuem entre 22 e 36 anos. Entre as pessoas questionadas, 59% afirmaram serem casadas, 35% solteiras, e 6% estão entre divorciadas e viúvas.

Do universo pesquisado, 51% moram em São Paulo, sendo 38% na capital e 13% no interior. “O objetivo da pesquisa está alinhado ao próprio crescimento da Segurar.com”, afirma o CEO Oswaldo Romano.

<http://migre.me/eqKit>

A OPORTUNIDADE
QUE O SEU CLIENTE
ESPERAVA PARA
TER OMINT.

A Global Insurance tem sido
00 000000 000000 000000
As necessidades das empresas
em planejar seus programas de
proteção e proteção de saúde,
nossas passagens, assistência em viagens
Internacional e mais auto-avaliação
com os melhores valores, valores
00 000000 000000 000000
corporativa, auto-avaliação, proteção
saúde por doença e morte de um
desculpas em relação de São Paulo,
Indústria com proteção. Tudo isso para
você de um plano com auto-avaliação.
Carolina e Fábio Carvalho e outros
em sua e suas auto-avaliação
0000 00 0000 0 000 000 000 000

00 0000 0000 0000 0000 0000

CHEGOU
OMINT
CORPORATE.



Insurtech &
Global de 1999

www.globalinsurtech.com.br
11 5042-1100
ou 0800 0000-1100



ANALYTICS

Previna as fraudes em seguros antes dos sinistros serem pagos.

Que tal evitar a fraude antes que ela aconteça? Estima-se que 10 por cento de todos os sinistros são fraudulentos e que menos de 20 por cento dessas fraudes são detectadas. Claramente há espaço para melhorias e centenas de milhões em economia. Com a redução das taxas de juros, as seguradoras devem investir em aumentar seus resultados operacionais. Prevenir fraudes de maneira inteligente representa reduzir a sinistralidade, e assim melhorar seu índice combinado, aumentar seu Market Share e reter seus clientes honestos, aumentando a qualidade percebida pelo consumidor.



Escaneie o QR Code* com seu celular ou visite o endereço: sas.com/industry/ins/fraud.html para assistir ao vídeo especial de fraude em sinistros.

*necessita aplicativo de leitura instalado em seu aparelho celular.


THE POWER TO KNOW.