

REVISTA

SEGURO

PubliSeg
Editora Ltda

TOTAL

Ano XIV
Nº 136 - 2013
R\$15,00



Foco no mercado empresarial

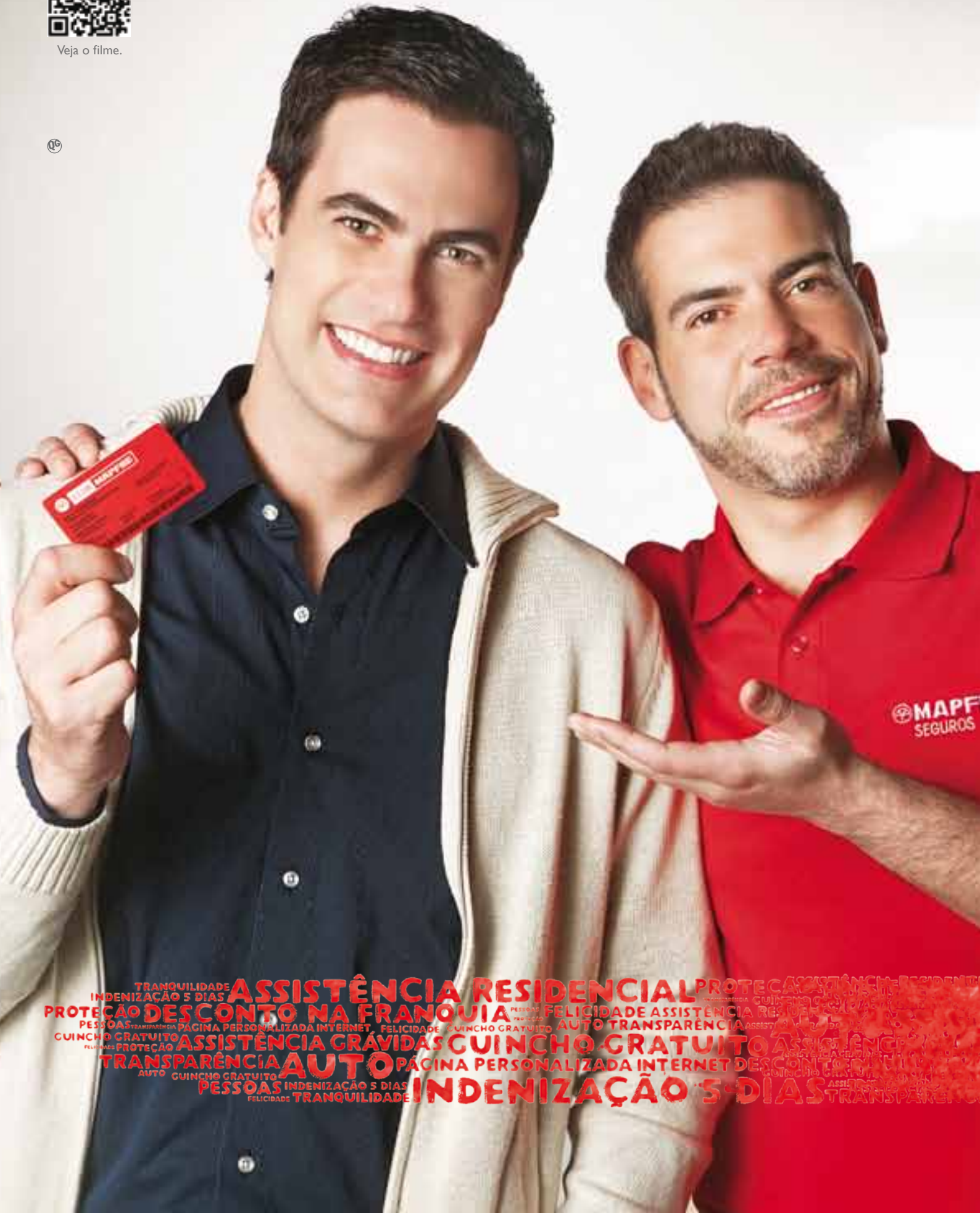


Cícero Barreto,
diretor comercial

Saiba como proteger o patrimônio dos executivos sem correr riscos



Veja o filme.



MAPF SEGUROS

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

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 Autarquia, 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.

Editor

José 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

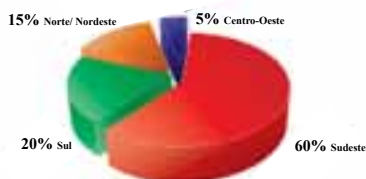
Ivy Cassa

Publicidade

Luciana Silva dos Santos
luciana@revistasegurototal.com.br

Redação, administração e publicidade

Rua José Maria Lisboa, 593
Conjunto 5 - CEP 01423-000
São Paulo - SP
Telefone/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
http://migre.me/eRc9t

Desafios da saúde suplementar

O mercado de saúde suplementar no Brasil cresce de forma exponencial, incorporando novas tecnologias com a ampliação de um leque de procedimentos. Há planos privados para um número diversificado de clientes. Ao contrário de décadas atrás, pessoas que jamais pensaram em participar desse segmento, hoje, com sua ascensão econômico-social, integram a clientela das operadoras. Talvez o maior desafio seja o de aperfeiçoar ainda mais a estrutura de atendimento e promover a ampliação da rede.

O problema é ainda mais grave quando há a constatação óbvia de que as soluções para as deficiências da medicina oficial estão muito além do horizonte – portanto impossíveis de se enxergar a olho nu. Os planos de saúde e os produtos oferecidos pelas seguradoras são a salvaguarda para 45 milhões de pessoas, segundo números oficiais, que necessitam de atendimento ágil e com qualidade. Outra constatação importante é que os planos empresariais se constituem em alternativa excepcional para as empresas na medida em que eles representam um benefício social indiscutível.

*O presidente da Federação Nacional de Saúde Suplementar (FenaSaúde), Márcio Coriolano, concedeu uma entrevista exclusiva à **Seguro Total**, em que fez comentários a respeito de assuntos espinhosos, como o aumento dos custos hospitalares, resolução da ANS que fixa cláusulas que estabelecem regras de reajuste dos planos e as despesas das operadoras. Todos os argumentos de Coriolano foram recheados de números e percentuais, sobretudo quando é indagado a respeito de que médicos reclamam das operadoras por elas não pagarem honorários compatíveis com a atividade.*

O presidente da FenaSaúde reconhece que 2012 foi um ano “crítico” para as operadoras. O desafio que se impõe ao setor é garantir acesso com qualidade a amplas parcelas da população que agora podem contratar um plano privado. E administrar a crônica sinistralidade que continua e continuará alta. Coriolano propõe, então, aprofundar o debate com cada integrante da cadeia produtiva – usuários, médicos, fornecedores de serviços e reguladores. E estimular o diálogo para a busca de soluções.

Enquanto esse debate não acontece, as empresas buscam detectar novos nichos. É exatamente isso que fez a Omint, com posição privilegiada no mercado nacional. A revista conversou com o diretor comercial Cícero Barreto (matéria de capa). O executivo avaliou o cenário do mercado de saúde suplementar e explicou de que forma companhias como a Omint podem contribuir em prestar um serviço qualificado ao cliente. A operadora trabalha com planos voltados a um público de alto padrão e, agora, lançou um produto inédito que valoriza o capital humano dentro das empresas. Boa leitura a todos!



CONserto
GRÁTIS

Não deixe um prego atrapalhar o dia do seu cliente.

Agora, segurado tem conserto grátis de pneu furado nos **Centros Automotivos Porto Seguro**.



A Porto Seguro Auto tem mais um benefício exclusivo para os seus clientes: reparo gratuito de pneus furados*. Para solicitar este serviço, basta o segurado ir a qualquer um dos mais de 150 Centros Automotivos Porto Seguro do Brasil. Além disso, ele também pode contar com o rodízio e calibragem dos pneus, que auxiliam na redução do consumo de combustível e aumento de vida útil dos pneus. **Tudo isso de graça.**

Para saber mais, consulte seu gerente comercial.
www.portoseguro.com.br/centroautomotivo



**PORTO
SEGURO**
SEGUROS

Auto



CAPA

14

Diretor da Omint, Cícero Barreto (*centro*) fala sobre o mercado, os atuais produtos da empresa e uma novidade: o Omint Corporate.



28

HOMENAGEM

No dia 14 de maio, o GBOEX comemorou 100 anos de história, com a inauguração do Memorial do Centenário (*foto*).



8

EXPOSIÇÃO

Ciab Febraban reúne mais de cem empresas que mostraram seus produtos no Transamérica Expo Center, em São Paulo.



32

DESTAQUE

Na série de reportagens com presidentes das federações, **Seguro Total** entrevista Márcio Coriolano (FenaSaúde).



36

SEGURO D&O

Como proteger o patrimônio de executivos de empresas públicas ou privadas, que mostram potencial para crescer.

SEÇÕES

- 10 Mural
- 24 Seguros Diferenciados
- 25 Entidades
- 30 Panorama
- 31 Análise
- 38 Papo de Executivo
- 41 Giro de Mercado
- 42 Planeta Seguro



29

VISITA ILUSTRE

Presidente da CNseg, Marco Antonio Rossi, participa de almoço no Clube Vida em Grupo de SP.



19

INFOSUSTENTABILIDADE

CNseg realiza seminário sobre os impactos jurídicos da política resíduos sólidos no Rio de Janeiro.



**MENOS TEMPO CALCULANDO,
MAIS TEMPO PARA
FAZER BONS NEGÓCIOS.**



NA MEDIDA

seguro de vida + previdência

O único simulador que integra
Previdência e Seguro de Vida.

icatusseguros.com.br/namedida

A Icatu Seguros lança o primeiro simulador do mercado que mostra de forma rápida e simples como os produtos de Seguros de Vida e Previdência funcionam de forma integrada. A partir de poucas informações, é possível calcular capital segurado recomendado, contribuição mensal em previdência, reserva acumulada em previdência na data da aposentadoria e renda após o período de acumulação. Tudo de que o seu cliente precisa para tomar uma decisão acertada e fechar com você um excelente negócio.

ESPECIALISTA NO QUE TEM VALOR PRA VOCÊ.

Central de Relacionamento do Corretor 0800 285 3002

Icatu
SEGUROS

icatusseguros.com.br



[/icatusseguros](https://www.facebook.com/icatusseguros)

Tecnologia bancária em exposição



Ciab Febraban 2012: público prestigiou o evento, que mostrou inúmeras novidades tecnológicas

O número é expressivo. Marcado para os dias 12, 13 e 14 de junho no Transamérica Expo Center, em São Paulo, o congresso e a exposição de tecnologia bancária organizados pela Federação Brasileira de Bancos – Ciab Febraban já têm confirmados 109 empresas, que irão se reunir numa área de 4,2 mil metros quadrados. Modelos diferenciados de autenticação por biometria, de quiosques de autoatendimento e de interação com clientes em dispositivos móveis são parte de um extenso mostruário de tecnologia de ponta, do qual participarão fornecedores globais de tecnologia, como Diebold, EMC, Fujitsu, Tata Consultancy Services Limited, HP, IBM, Honeywell, Itau-

tec, Oracle, Samsung, SAP e TOTVS.

Este ano, o espaço internacional, dedicado à exposição de empresas sem sede no Brasil, conta com 18 confirmações, ante 16 do Ciab 2012. “O crescimento da presença de fornecedores internacionais reflete o prestígio do evento e do setor financeiro brasileiro no cenário global”, afirma o presidente do Ciab Febraban 2013, Luis Antonio Rodrigues. “Esse é um dos eventos locais mais significativos para a Cisco, por causa da visibilidade e qualidade. Por isso, o Ciab foi incorporado no calendário mundial para a vertical de finanças da empresa”, conta Rodrigo Gonsales, diretor de soluções do segmento financeiro da Cisco do Brasil.

Parceria em prol dos empresários de Brasília

Empresários ligados aos 26 sindicatos filiados à Fecomércio em Brasília (DF) terão condições diferenciadas para a contratação de seguro automóvel do Banco do Brasil Seguros. A parceria entre a Fecomércio-DF e o BB Seguros, empresa do Grupo Segurador Banco do Brasil e Mapfre, foi firmada recentemente em Brasília. Mais de 300 mil associados aos sindicatos ligados à entidade no DF poderão usufruir do benefício.

Entre as vantagens estão o parcelamento em até seis vezes sem juros do prêmio, assistência 24 horas completa, com serviços de chaveiro, reboque, atendimento em caso de pane seca, e carro reserva nos casos de incêndio, roubo, furto e colisão do veículo segurado. O seguro ainda garante cobertura no caso de indenização integral para um novo veículo sem que haja a necessidade de contratação de uma nova apólice.

Cresce produção das assessorias da Tokio Marine

Boa notícia para a Tokio Marine Seguradora. A produção de suas assessorias parceiras que atuam no interior do Estado de São Paulo apresentou expressivo crescimento de 45,9% no primeiro quadrimestre de 2013, em comparação com o mesmo período de 2012. A produção das assessorias alcançou o índice de 25,3% do total da Regional São Paulo-Interior entre os meses de janeiro e abril. No ano passado, as assessorias tiveram um incremento de 43,6% na produção. “Estamos muito satisfeitos com os resultados obtidos e confiantes de que manteremos o ritmo de crescimento neste ano, pois a Tokio Marine continuará investindo em seus processos, produtos e serviços, o que é um diferencial para os parceiros que optam por trabalhar com a Companhia” afirma o diretor comercial Varejo SP Capital e Interior, João Luiz de Lima. Para 2013, a expectativa é a melhor possível, cujo principal objetivo é continuar crescendo de forma sustentada.



Lima: satisfação com os resultados e expectativa de mais crescimento no interior de São Paulo

Você sabia?

Que o mercado de seguros...

Emprega mais
de 180 mil
profissionais?

E você, está aproveitando as oportunidades que ele oferece?

O mercado de seguros está cada vez mais atraente. E competitivo! Para se destacar nesse cenário, você precisa ter uma graduação que realmente faça a diferença na sua carreira.

O Curso Superior de Administração com Linha de Formação em Seguros e Previdência tem toda a formação de uma graduação tradicional, com o adicional de 360 horas/aula em disciplinas específicas sobre seguros e temas correlatos.

É esse diferencial que vai impulsionar sua carreira!

Inscriva-se já no processo seletivo! Porque estando bem preparado, as oportunidades chegarão até você!

Inscrições pelo: www.esns.org.br/vestibular

RIO DE JANEIRO
Rua Senador Dantas, 74
2º andar – Centro

SÃO PAULO
Av. Paulista, 2.421
1º andar – Consolação



ESCOLA SUPERIOR
NACIONAL DE SEGUROS

www.esns.org.br/vestibular | 0800 025 3322



Experiência brasileira em microsseguro na terra do fado



Ana Rita falou sobre o microsseguro em Portugal

Diretora da Academia Nacional de Seguros e Previdência (Ansp), a advogada Ana Rita Petraroli participou do Congresso do Comitê Ibero Latino-Americano de Direito dos Seguros (Cila), em Portugal. O comitê reúne todas as seções da Associação Internacional de Direito do Seguramento – Aida – da América Latina como também as de Portugal e Espanha. Na ocasião, Ana Rita apresentou a experiência brasileira em microsseguro no painel denominado “Microsseguro Como Mecanismo de Universalização da Garantia Securitária”.

Chegou o “Zurich Empresa” no RS

Mantendo o foco de aproximação com os corretores e capacitar o atendimento, o Zurich Atendimento ao Corretor (ZAC) e a filial de Porto Alegre apresentaram aos corretores da capital gaúcha o “Zurich Empresa”, produto voltado às micros, pequenas e médias empresas, com abrangência completa. “Agregamos ao produto a assistência 24 horas”, informou o gerente do ZAC de Porto Alegre, Gregori Birnie. No plano facultativo, as empresas têm serviços do “Check-up Empresa”, contemplando a limpeza de condicionadores de ar, instalação de interfonos e verificação

de extintores de incêndio, além do “Help Desk Empresarial”, uma verdadeira central especializada em assistência a assuntos relacionados a qualquer operação envolvendo a informática.

Correção

Na edição anterior (nº 135), página 30, na notícia “Zurich quer ficar entre as maiores”, houve equívoco na legenda da imagem. O personagem na foto é o gerente de Desenvolvimento de Novos Negócios, Bruno Ciolli e não como saiu publicado. Crédito da imagem: Bruno Namorato/SM2

Simulador ideal

A Icatu Seguros lançou uma nova ferramenta. Trata-se do “Na Medida”, primeiro simulador do mercado que indica, simultaneamente, quais os valores necessários para o seguro de vida e a previdência. Com apenas algumas respostas sobre composição familiar, patrimonial e profissional, o usuário saberá qual a necessidade de capital segurado para proteger a família e a quantia que precisa investir na aposentadoria. “As pessoas precisam de um seguro de vida para proteger sua família e também de um plano de previdência que assegure a sobrevivência em caso de algum imprevisto”, afirma a diretora de Produtos e Marketing da Icatu, Aura Rebelo.

O “Na Medida” foi criado para mostrar, de forma rápida e simples, como a previdência e o seguro de vida funcionam juntos. “São produtos complementares, fundamentais no planejamento financeiro dos indivíduos em cada fase da vida”, ressalta Aura Rebelo. O simulador mostrará em gráfico como a reserva de previdência aumenta ao longo da vida e como a necessidade de capital segurado pode diminuir com o tempo.



Executivos da filial de Porto Alegre apresentaram aos corretores como funciona o Zurich Empresa

TROFÉU GAIVOTA DE OURO

Vem
aí

30 DE
JULHO/2013



Informações:

Tel.: (11) 3884-5966

premio@revistasegurototal.com.br

SulAmérica aproxima-se de profissionais de assessorias



Gabriel Portella (ao centro) e Jorge Barbosa (à esq.) ladeado por diretores da SulAmérica e Aconsef-SP

No dia 28 de maio, o presidente da SulAmérica Seguros, Gabriel Portella, acompanhado de diretores da companhia, reuniram-se com integrantes da Associação das Empresas de Assessoria e Consultoria de Seguros de São Paulo

(Aconsef-SP) na sede da entidade. Na ocasião, os dirigentes da SulAmérica detalharam algumas medidas que pretendem implementar com os profissionais que atuam com assessorias de seguros e acenaram com oportunidades de

Um novo auditório para a APTS

Em almoço realizado com representantes da mídia segmentada, em São Paulo, o presidente da Associação Paulista de Técnicos de Seguro (APTS), Luis López Vázquez, solicitou o apoio da imprensa na divulgação de campanha para aquisição e reforma de auditório (foto). Instalada há quase 30 anos em sede própria, no Largo do Pais-

sandu, centro da capital, a APTS aluga a sala ao lado da sua para a realização de eventos. Mas neste início de ano a sala do auditório foi colocada à venda. Vázquez iniciou campanha para arrecadar recursos com vistas à aquisição. Representando a revista **Seguro Total**, o diretor de Marketing, André Pena, marcou presença.



Imprensa do mercado de seguros reunida com presidente da APTS, Luis López Vazquez: apoio à causa

negócios. Segundo o diretor comercial da seguradora, Luciano Lima, o canal propiciado pela Aconsef possui representatividade no segmento.

Lima revelou que treinamentos para os profissionais das assessorias estão na agenda da companhia. O presidente da SulAmérica reiterou a importância de aproximações com entidades dessa envergadura. “Com muito diálogo, podemos construir juntos coisas importantes para o crescimento do mercado”, reafirmou Portella. O presidente da Aconsef-SP, Jorge Teixeira Barbosa, avaliou positivamente a reunião. Para ele, “o encontro motivou esclarecimentos e maior interação entre os associados e a SulAmérica e ratificou o compromisso da companhia com o canal assessoria”.

Destaque na *Forbes*



Waldemir Barreto/Agência Senado

O leiloeiro Luiz Fernando Sodré Santoro foi um dos destaques na edição de 25 de

março da revista *Forbes*, tradicional publicação norte-americana de negócios e economia que circula quinzenalmente, fundada em 1917 na cidade de Nova Iorque. *Forbes* também é conhecida por suas listas, nas quais faz um ranking das pessoas mais ricas dos Estados Unidos e do mundo. A matéria intitulada *From Ideas to Reality* (Das Ideias à Realidade), mostra, entre outros personagens, a trajetória de Santoro desde o início de suas atividades, em 1979. É considerado o maior leiloeiro da América do Sul. Seu pátio também é o maior do Continente, com 400 mil metros quadrados, no qual são vendidos 80 mil veículos por ano. O pátio localiza-se em Guarulhos, na Grande São Paulo.

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) 3054-2090
e-mail: impacta@impacta.com.br



[/GrupoImpacta](#) [@GrupoImpacta](#) [/GrupoImpacta](#) [blog.impacta.com.br](#)

Excelência no atendimento médico de alto nível



Omint lança plano de saúde que atende às necessidades do cliente corporativo

Carlos Alberto Pacheco

O brasileiro sempre sonhou em ter um plano de saúde completo, sem preocupações com limites de consultas e exames, proporcionando-lhe tranquilidade. Uma utopia? Não. Em meio à relação, às vezes conturbada, entre cliente e prestadora de serviço, a Omint Brasil traz a proposta de renovar o conceito de assistência médica. A tradução fiel desse conceito é respeitar as necessidades do consumidor e atendê-las em toda a sua plenitude. E o respeito naturalmente se estende aos médicos e aos corretores.

O diretor comercial da Omint, Cícero Barreto, sabe como ninguém exprimir esse sentimento da empresa, avaliando, num primeiro momento, o atual contexto da medicina privada no País. “O mercado de saúde suplementar é extremamente importante para a economia brasileira. Esse mercado também assume um papel social relevante porque

atende a mais de 45 milhões de usuários e beneficiários”, conceitua. Somando-se aos usuários de planos odontológicos, então, esse contingente ultrapassa a 65 milhões de pessoas. O setor vive um momento de franca evolução, crescendo entre 3% a 5% a cada ano em relação ao PIB, segundo cálculos do diretor comercial. Já o segmento de odontologia alcançou a marca dos dois dígitos anuais.

A saúde suplementar, na visão de Barreto, supre uma lacuna cruel deixada pelo Sistema Único de Saúde – SUS. É fato que o consumidor não pode depender exclusivamente desse serviço devido à precariedade no atendimento, superlotação das unidades públicas e à falta de médicos. “A Constituição determina que a saúde é dever do Estado, mas o SUS não atende, a contento, às demandas da população”, acrescenta. E quando a renda do usuário melhora consideravelmente, ele migra para o sistema privado. Surge, então, a

Omint como opção diferenciada de prestação do serviço.

A empresa assume a responsabilidade de atender às exigências do cliente que enxerga a saúde suplementar como a solução de obter atendimento diferenciado e de qualidade. “Quando a situação financeira do cliente é favorável, ele escolhe um plano que permite acesso a produtos de primeira necessidade”, comenta Barreto. O acesso deve ser estendido à escolha de médicos e hospitais sem qualquer restrição. Para galgar essa posição, a Omint evoluiu no mercado de saúde privada porque trilha pelo caminho da constante inovação e prestar serviços de alta qualidade. “Esses são alguns diferenciais”, diz o executivo.

No portfólio da operadora, Barreto destaca o Omint Premium, plano comercializado há 32 anos. Nele, o associado “dá as cartas do jogo”. Ele escolhe o médico de sua preferência. Se preferir, pode obter referências na rede credenciada.

Empresa espera alcançar receita de R\$ 1 bilhão até 2015

A Omint Brasil surgiu no mercado em 1980. De acordo com Barreto, a cada quatro anos a empresa duplica o seu tamanho. Desde 2012, a operadora rompeu a casa dos 100 mil associados. São exatas 106 mil vidas que compõem a carteira da Omint. O diretor comercial menciona dados de sua receita: “Somos uma empresa de R\$ 750 milhões de faturamento. Estamos crescendo de forma sustentável, em média, 15% todos os anos. A empresa espera alcançar a receita de R\$ 1 bilhão até 2015”.

Segundo o diretor, o cliente da operadora utiliza os serviços durante cerca de nove anos – é número muito acima da média em relação às empresas do ramo. Ele explica que o usuário só dei-

xa de ser associado se aparecerem duas situações: ele decide, por razões pessoais, a fazer um downgrade de plano (opta por uma categoria inferior) ou possivelmente recebe uma nomeação internacional da empresa onde trabalha e aí migra para outra operadora ou seguradora.

A Omint possui uma missão que pode ser outro diferencial: oferece acesso ao melhor da medicina e da odontologia, sem intervir na conduta médica. A empresa respeita o que o médico prescreve. “Qualquer intervenção ou limitação no pedido de exames é um ato antagônico com a marca Omint”, reitera Barreto. E emenda: “Temos um posicionamento claro: escolher criteriosamente os médicos, credenciá-los e remunerá-los bem”.

O diretor revela as exigências mínimas para o credenciamento dos profissionais. O médico deve ter, no mínimo, dez anos de formação acadêmica, com mestrado e/ou doutorado, e possuir consultório estruturado nas principais regiões de São Paulo. Com essas exigências atendidas, a consequência é o respeito entre a empresa e o médico. Os reflexos dessa relação são notados no bom atendimento ao cliente, sem restrição de tempo. “A rede é capilarizada. Temos 200 médicos credenciados que só atendem pela Omint”, garante. Em seu portfólio, a operadora não oferece produtos que preveem quarto compartilhado, ou seja, “não atuamos no padrão enfermagem”.

“Nosso quadro reúne os melhores profissionais de todo o País”, ressalta. De acordo com o executivo, caso o cliente precise viajar ao exterior por qualquer razão, ele disporá, sem burocracia, de uma assistência viagem, com uma cobertura de até 30 mil euros, em casos de assistência médico-hospitalar e cirúrgica de urgência ou emergência, com maiores valores de reembolso. Barreto reafirma: associados que integram o Omint Premium ditam a relação – não aceitam ser condicionados a número limitado de consultas ou exames.

Cirurgia plástica

A Omint – segundo Cícero Barreto – foi a primeira empresa brasileira a lançar no mercado um plano que cobre cirurgia plástica estética, há cerca de cinco anos. Trata-se do Omint Estilo (compõe a linha Premium), cujas coberturas foram estabelecidas após pesquisa feita com os principais cirurgiões plásticos do Brasil. “Após carência inicial de seis meses, os procedimentos são realizados pelos cirurgiões determinados pelo cliente”, explica o diretor.

Outro exemplo significativo de inovação: a operadora lançou, em 1998, a linha de planos Omint Skill, empresarial. Trata-se de uma linha de produtos que atende às necessidades de diversos níveis hierárquicos. “Detectamos as demandas específicas no organograma das empresas, seja na área administrativa, na de análise técnica ou da baixa coordenação e idealizamos o plano. Hoje, ele está plenamente consolidado”, comenta o diretor. A exemplo dos demais planos, o Omint Skill oferece cobertura ambulatorial e hospitalar com obstetria.

Omint Corporate: produto inovador

Após o lançamento de planos formatados para o consumidor e a diferentes esferas hierárquicas das organizações, a Omint descobriu a existência de um gap no rol de atendimentos. Havia um grupo considerável de executivos de alto nível que necessitava de um produto específico. “Decidimos, então, idealizar um produto, que pudesse praticar preços competitivos e suprir todos os pontos fracos de modelos já existentes no mercado”, afirma Barreto. De um modo geral no mercado, segundo ele, o cliente procura um médico, é devidamente atendido, porém, o exame prescrito não está coberto por aquela clínica ou hospital. Então, ele precisa procurar uma série de unidades médicas para fazer seus exames. Nesse cenário de dificuldade para o cliente, surge uma alternativa que tanto esperava.

“Organizamos uma ampla rede em todas as regiões de São Paulo e região metropolitana. Idealizamos um produto à moda antiga, clássico, o Omint Corporate, voltado ao mercado corporativo”, revela o diretor comercial. A empresa visitou inúmeros consultórios de médicos de todas as especialidades e analisou detalhadamente o seu currículo. Era necessário avaliar se, de fato, o profissional teria as condições exigidas para ser credenciado de

forma universal. Os critérios, como em outros planos, são rígidos e associados à excelência no atendimento.

Barreto resume a filosofia do Omint Corporate: “Se um associado bater à porta do consultório e apresentar um quadro que fuja à normalidade, ainda assim precisará ser atendido. No momento seguinte, a empresa revê o contrato com o médico. De qualquer maneira, está fora de questão dizer ‘não’ ao nosso cliente”. Profissionais com essa mentalidade integram um rol de hospitais e clínicas de primeira linha, com experiência notável no campo da medicina. O anúncio de novo produto fortaleceu o portfólio da



Suntuoso prédio localizado em uma região nobre da capital paulista, inaugurado em 2

empresa, tornando-o completo e de grande alcance no mercado.

O diretor acredita que o sucesso do Omint Corporate reside na universalidade. E também porque resolve um problema comum entre pequenas, médias e grandes empresas: a saída de suas “cabeças pensantes”. As organizações não conseguem reter altos executivos por falta de atrativos, como um plano de saúde completo. A perda de talentos é imediata. “Se a empresa não apresentar um pacote atraente de benefícios, deixará de fidelizar um grande profissional”, adverte. Mesmo gestores de recursos humanos de organizações estruturadas enfrentam uma situação difícil, pois o serviço oferecido, até então, a esse ni-

cho de executivos é ruim, não está à altura das necessidades do profissional.

“Um plano de saúde adequado é fator sensível para garantir boa produtividade”, emenda Barreto. Ao contrário, uma situação indesejável poderá se materializar no ambiente de trabalho. Quando a família do beneficiário encontra barreiras no plano de saúde, este se desconcentra em suas atividades e sua mente percorre outra direção. Se a família deixa de ser atendida por uma exigência ou outra, ele fica visivelmente preocupado com isso. “Esse fenômeno chama-se presenteísmo, ou seja, há a presença física do executivo, mas existe a ausência mental”, explica.

Então, a ideia do Omint Corporate, no conceito de credenciamento clássico e universal, é fornecer tranquilidade aos colaboradores de empresas bem estruturadas e permitir acesso diferenciado à rede médica. Pessoas que mantêm negócio próprio também são o público-alvo do plano. Muitas delas estão mal assistidas porque, desde então, não poderiam contratar um plano como o ‘Omint Corporate’ a preço competitivo. Segundo o diretor, o plano oferece cobertura de assistência em viagens nacionais e internacionais. Além disso, o cliente tem a possibilidade de participar de programas de prevenção disponibilizados pela operadora, receber orientação médica telefônica, consulta domiciliar, inclusive com equipe de pediatras du-



Barreto: plano de saúde garante produtividade rante 24 horas, que atendem crianças de zero a 14 anos. O atendimento domiciliar, segundo Cícero Barreto, evita expor o usuário a um pronto-socorro com demora prolongada e povoado por “um campo de bactérias”. Outro detalhe: o associado quando acessa a Omint (por meio do número 0800), é atendido com tempo médio de espera de 6 segundos. “Esse padrão de atendimento é diferenciado, sobretudo nesse segmento”, comenta.

O cliente da Omint é ávido por novidades. E o médico, altamente qualificado, está ‘atenado’ a tudo o que acontece em inovações na medicina. Ganham os pacientes ao se beneficiar dessas novidades. “Quando surgem inovações tecnológicas vinculadas à saúde, consultamos a Associação Médica Brasileira (AMB) sobre a conveniência de adotá-las ou não. Se a entidade nos der o aval, incorporamos a novidade no rol de coberturas, mesmo que isso extrapole o próprio rol estabelecido pela Agência Nacional de Saúde Suplementar (ANS)”, justifica o executivo.



2009, recebeu o nome de Vila Omint. Projeto arrojado é do arquiteto Pablo Slemenson

Corretor deve captar o nível de exigência dos clientes

Em relação ao canal de distribuição, Barreto argumenta que esse é aspecto preponderante para o sucesso de comercialização dos planos da Omint. Até porque, os produtos ligados à saúde são os mais sensíveis comparados a outros da carteira do corretor de seguros. “Pelas peculiaridades desse produto que o profissional fideliza o seu cliente e, muitas vezes, pode perdê-lo para outro corretor. Nesse cenário, vive-se o céu e o inferno”, comenta. O mercado de saúde suplementar está bastante amadurecido. Hoje em dia, de acordo com o diretor, há muitos consumidores que reúnem condições financeiras para contratar um plano de saúde.

Então o corretor precisa blindar o cliente de eventuais pontos frágeis nos contratos de determinadas operadoras. “Há casos em que ele liga para uma empresa e pede desesperadamente acesso a uma consulta ou autorização de exames para o seu cliente. O resultado disso é o desgaste inevitável na relação corretor e operadora. O usuário perde a paciência e vai procurar outra opção de atendimento”, argumenta Barreto. A Omint Corporate vem exatamente para ajudar o profissional, protegendo o cliente dessas adversidades e liberando o corretor para atuar em outros ramos, como automóvel, vida, previdência, etc.

Barreto sugere ao corretor captar o nível de exigência dos seus clientes, saber quais providências adotar em cada caso, deixando-os satisfeitos. Para municiar o profissional de informações, a Omint mantém um amplo programa de treinamentos, fornece material de apoio, além de mostrar as suas principais plataformas e centrais de negócios ao profis-



Equipe de profissionais da operadora dedica-se com afinco a todas as tarefas sob sua responsabilidade

sional. “A saúde suplementar exhibe algumas nuances bastante peculiares. É importante o corretor entender como funciona o setor no Brasil, as exigências de pessoas que procuram a medicina privada e as vantagens de

contratar um plano”, recomenda Barreto. O corretor inclusive precisa ter a habilidade de convencer o cliente de que está na hora de mudar de plano. De qualquer forma, a Omint lhe dá todos os argumentos que precisar.

Médicos da Omint lamentam caso de ciclista atropelado

Manhã de domingo, 10 de março. O ciclista David Santos Sousa, 21 anos, ia para o trabalho, trafegando na ciclofaixa na Avenida Paulista, em São Paulo, quando o pior aconteceu. Um Honda Fit, percorrendo a pista em zigue-zague, atropelou David, decepando-lhe o braço direito. O braço foi arrancado por estilhaços de vidro do para-brisa e permaneceu preso ao veículo. O motorista fugiu do local, se dirigiu à Avenida Doutor Ricardo Jafet, de onde arremessou o membro em um córrego. Infelizmente, a polícia e os bombeiros não conseguiram localizar o braço. Dois jovens que passaram pela avenida ajudaram

David – enquanto um prestava os primeiros socorros, o outro chamava o Serviço de Atendimento Móvel de Urgência (Samu).

O rapaz foi conduzido ao Hospital das Clínicas e atendido por uma equipe de quatro médicos, todos credenciados pelo Omint Corporate, que limpou e fez sutura da ferida. Considerados como grandes especialistas do ramo no Brasil, se o braço fosse localizado, certamente eles conseguiriam o replante. “Esses médicos aceitaram a nossa filosofia holística de enxergar o atendimento”, afirma Barreto. O quarteto de médicos lamentou o acidente e fez tudo o que estava ao alcance deles naquele momento.

O papel do mercado na política de resíduos sólidos

CNseg promove debate sobre os impactos da lei que rege o descarte de materiais

Foto: Marcelo Bravo



Primeiro painel foi marcado por palestras que abordaram riscos ambientais

Carlos Alberto Pacheco

Em 2010, o governo federal anunciou sua política de resíduos sólidos, instituída pela Lei nº 12.305. O Executivo estabeleceu uma responsabilidade compartilhada entre os integrantes da cadeia produtiva – empresas, poder público e consumidores. A lei entrará em vigor em 2014. Preocupada com essa questão, a Confederação Nacional das Seguradoras (CNseg) realizou, em 27 de maio, o seminário “Impactos Jurídicos e operacionais da Política Nacional de Resíduos Sólidos no Mercado Segurador” no Rio de Janeiro. O evento reuniu executivos e especialistas sobre o tema.

A diretora-executiva da CNseg, Solange Beatriz Palheiro Mendes, abriu o evento, advertindo às empresas de que assumam o papel que lhes cabe na política de resíduos sólidos sob pena de serem cobradas no futuro. “Todos nós somos responsáveis pelo que produzimos”, enfatizou. O diretor da Escola Nacional de Seguros, Renato Campos Martins Filho, reforçou as palavras de Solange: “A preservação do meio ambiente é inerente às atividades do mercado”. Já a secretária de Articulação Institucional e Cidadania Ambiental do Ministério do

Ambiente, Mariana Meirelles, lembrou os acordos de cooperação firmados entre CNseg e Federação Nacional dos Bancos (Febraban), ressaltando a importância dos relatórios de sustentabilidade das empresas estarem alinhados à política socioambiental das

instituições financeiras.

O subscritor de risco de responsabilidade ambiental do Itaú Unibanco, Marco Antonio Ferreira, falou sobre as “Implicações Jurídicas da PNRS para Empresas de Seguros”. Ele clamou às seguradoras que conheçam a lei e o impacto de suas ações. Em seguida, abrindo o primeiro painel, Jorge Costa Laranjeiro (Itaú Seguros) mostrou situações de sinistros – sobretudo incêndio e contaminação do solo – em que a responsabilidade das empresas foi além do que estava no contrato. Eduardo Menezes (Bradesco Auto/RE) explicou como se insere o salvado no cenário de resíduos sólidos, sua regulação e quem assume a responsabilidade do resíduo. Carlos Zoppa (Terra Brasis Resseguros), por sua vez, alertou as seguradoras quanto à valorização da análise e gerenciamento do risco, além da divisão de papéis na avaliação do ciclo do produto.

Experiência argentina

No segundo painel do seminário, o diretor do Cesvi Argentina (Centro de Experimentación e Seguridad Vial), Fabián Pons, explicou sobre a experiência recente do governo que fechou a maioria dos desmanches ilegais para combater o

roubo e furto de veículos, reduzindo o índice de homicídios. Ele recomendou estratégia semelhante ao Brasil. Contudo, no País, segundo o diretor-executivo da Federação Nacional de Seguros Gerais (FenSeg), Neival Rodrigues Freitas, falta uma legislação federal que inclua mecanismos de fiscalização rigorosa de empresas que atuem na reciclagem.

O segundo palestrante, o vice-presidente da Porto Seguro, Luiz Alberto Pomarole, destacou a legislação de reciclagem de veículos para o advento do seguro popular de automóvel, em discussão na Superintendência de Seguros Privados (Susep). De qualquer forma, as companhias precisam aperfeiçoar a comunicação com os clientes que aceitem o uso de peças reutilizadas, na visão do professor de Responsabilidade Civil e Direito do Consumidor Escola de Direito da Fundação Getúlio Vargas (RJ), Ricardo Morishita.

No terceiro painel, especialistas abordaram as implicações da PNRS para o seguro de RC Ambiental. O presidente da Subseção da OAB de Pinheiros/SP, Pedro Ivo Gricoli Iokoi, avaliou a responsabilidade quanto aos riscos no gerenciamento de resíduos, Claudio Galante, WGRA Gerenciamento de Riscos Ambientais, explicou o atendimento de emergências em tombamento de cargas, enquanto o advogado José Valverde (Freitas Penteados Advogados) tratou dos ônus e bônus gerados pela responsabilidade à luz da PNRS. Por último, a coordenadora de riscos ambientais da AIG Seguros Brasil, Nathália Gallinari, assumiu para si a tarefa de detalhar o Seguro de RC Ambiental para as indústrias e a subscritora da Argo Seguros Brasil, Katia Papaioannou, discorreu sobre a importância do Seguro de RC Ambiental para transporte de produtos perigosos.

Todos contra o inimigo público nº 1: *Aedes aegypti*

Ação contra o mosquito conscientiza colaboradores, clientes e corretores

Prêmio Antônio Carlos de Almeida Braga. Trabalho: Projeto Campanha de Combate à Dengue (resumo) – SulAmérica Seguros. Autoras: Adriana Boscov e Aline Gislene de Oliveira.

INTRODUÇÃO

O projeto “Campanha de Combate à Dengue” surgiu no ano de 2010, quando as executivas Adriana Boscov e Aline Gislene de Oliveira, da área de Sustentabilidade Empresarial da SulAmérica, se depararam com o contínuo crescimento e evolução dos casos de dengue no País e seu impacto nos colaboradores da SulAmérica. Os resultados divulgados na época pelo Ministério da Saúde eram alarmantes, o que despertou a vontade de realizar um projeto que contribuísse com a disseminação das informações sobre a dengue, para maior conscientização e mobilização dos públicos atendidos pela SulAmérica Seguros.

Em 2010, os casos de dengue cresceram mais de 100%, em relação a 2009. Foram registrados no País, 1.011,548 casos ante 406.269 em 2009. Neste período, os estados Do Acre, Goiás, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul e Rondônia concentraram cerca de 71% dos casos. Em 2011, a doença apresentou uma queda de 25% em relação ao número de 2010, totalizando 764.032 casos em todo o País. Em 2012, o índice de contaminação da doença declinou consideravelmente, chegando a 87% menos casos. Foram 1.083 casos confirmados no período de janeiro a abril com 74 casos de óbito. A expectativa é que



Agente de saúde verifica proliferação do mosquito em um dos criadouros mais comuns: vasos de planta essa queda se mantenha até o final do ano de 2012.

“Durante o ano de 2011, o projeto contou com diversas áreas da empresa, que contribuíram com ações direcionadas para seus públicos”

Origem do projeto e justificativa

Baseado em todas as estatísticas apresentadas anteriormente e no aumento de casos de contaminação por colaboradores, a primeira fase do projeto aconteceu durante o ano de 2010, quando foi iniciada uma campanha interna. Os resultados foram excelentes e com a perspec-

tiva de aumento da incidência de dengue no País, foi decidido que, para 2011, o projeto ampliaria sua abrangência, atingindo clientes, corretores, prestadores, comunidades do entorno e colaboradores. Durante o ano de 2011, o projeto contou com diversas áreas da empresa, que contribuíram com ações direcionadas para seus públicos, possibilitando ainda mais acesso à informação. A campanha foi tão bem recebida que, em 2012, o projeto seguirá o mesmo formato do ano anterior.

Diante de um cenário de grandes possibilidades de epidemia no País, as colaboradoras apresentaram o projeto “Campanha de Combate à Dengue” para aprovação da vice-presidência de Recursos Humanos. O principal argumento foi a atuação expressiva da SulAmérica no mercado de seguro saúde – que representa 65% do total de prêmios da companhia – e o impacto que essa epidemia poderia causar na sinis-

tralidade, bem como no absenteísmo dos colaboradores.

OBJETIVO DO PROJETO

O objetivo principal do projeto é contribuir para aumentar a conscientização e mobilização dos colaboradores, clientes, corretores, prestadores de serviços e moradores das comunidades do entorno, sobre a responsabilidade de cada um no combate à dengue, principais cuidados e sintomas.

Objetivos específicos:

1. Ressaltar a importância do papel de cada um para uma mudança da realidade na epidemia da dengue, junto às comunidades do entorno, não só agindo, mas também fiscalizando e cobrando respostas das autoridades públicas;

2. Para os colaboradores, além da disseminação de informações para prevenção do contágio, trabalhar o engajamento e a mobilização para o combate à dengue junto a seus familiares e amigos no bairro em que vivem;

3. Para clientes, corretores e prestadores, trabalhar a disseminação das informações sobre a doença, contribuindo para maior conscientização, prevenção e combate à dengue.

DESENVOLVIMENTO DO TRABALHO

O projeto iniciou, em 2010, com a coordenação da área de Sustentabilidade, que juntamente com a área de Comunicação Interna definiu as ações a serem realizadas e os materiais gráficos para uso na campanha. Nesse primeiro ano foi criada uma identidade visual e uma série de matérias que foram postados

nos canais de comunicação interna, principalmente no Portal do Funcionário (intranet), especificamente para atingir o público interno da companhia – os colaboradores.

Em 2011, com a expansão do projeto para clientes, corretores e prestadores, além das comunidades do entorno das unidades do Rio de Janeiro e São Paulo, a área de Sustentabilidade convidou outras áreas da SulAmérica para compor um grupo de trabalho com o objetivo de utilizar ferramentas mais apropriadas para atingir os públicos externos.

“As pessoas estão mais informadas e conscientes sobre os cuidados e os perigos da dengue. Cada um é protagonista dessa mudança”

Cada área ficou com a responsabilidade de desenvolver um plano de ação, sempre seguindo a orientação da campanha desenvolvida pelo Ministério da Saúde que naquele ano tinha como chamada “10 minutos pela Dengue”. Foram envolvidas as áreas de Comunicação Interna, Comunicação Institucional e Relação com a Imprensa, CRM e Marketing, Serviços Médicos e Relações com Colaboradores.

BENEFÍCIOS E RESULTADOS OBTIDOS

O projeto realizou duas edições (2010 e 2011) e está se preparando

para a terceira, que terá início em novembro de 2012. Os resultados alcançados até o momento demonstram o engajamento e participação dos colaboradores para maior disseminação do tema. As informações e dicas estiveram disponíveis no Portal do Funcionário para os mais de cinco mil funcionários da empresa. Entre os resultados, o conteúdo da Campanha de Combate à Dengue divulgado no site institucional recebeu acesso de 7.386.154 pessoas nas campanhas realizadas entre 2010 e início de 2012 e mais de cinco mil funcionários foram impactados com a comunicação interna disseminada nos diversos canais da companhia.

Conclusão

Hoje, as pessoas estão cada vez mais informadas e conscientes sobre os cuidados e os perigos da dengue. A importância do papel de cada um como protagonista dessa mudança tem sido fomentada a cada dia, mas mesmo assim, ainda percebemos um elevado número de pessoas contaminadas em diversos municípios e, conseqüentemente, de internações e mortes decorrentes da doença.

Comunicar a importância de colocar areia nos vasos de plantas, fechar as caixas d’água, guardar pneus em locais apropriados, dentre outras questões, não é mais suficiente para combater a doença. Precisamos ressaltar a importância do papel de cada um para que haja uma mudança dessa realidade, não só agindo, mas também fiscalizando e cobrando respostas das autoridades públicas. O papel da “Campanha de Combate à Dengue” circula por esse viés, orientando pessoas e motivando-as para que sejam protagonistas e multiplicadoras dessas orientações.

Seguradoras devem mapear o risco com precisão



Para Matt, as ferramentas de gestão de risco e de mapeamento são necessárias no mundo

As alterações climáticas que assolam o mundo propiciam novas discussões sobre a modelagem de catástrofes e a gestão de risco. Como consequência, o debate

aponta para quais as necessidades específicas dos gestores de risco e especialistas em resseguros. A análise em tempo real destas condições – e a capacidade de agir rapidamente sobre essa percepção – é a nova norma no setor de seguros.

Em um planeta pontuado de condições meteorológicas extremas, a capacidade de mapear o risco com precisão e, em tempo real, tornou-se um imperativo de negócios críticos para as seguradoras. Exige, então, software de gestão de risco com qualidade inquestionável de “geocodificação e funções geoespaciais”. Finalmente, a clara vi-

sualização do mapeamento deve ser uma estratégia de planejamento de negócios para as companhias ante um cenário de rápida mudança atmosférica.

Segundo visão do diretor-geral para a América Latina e Caribe da Pitney Bowes Software, Matt Gharagozlou, todos os dias, as seguradoras procuram, de forma mais precisa, identificar, avaliar e mitigar a exposição ao risco de eventos catastróficos. “Para isso, nós fornecemos as ferramentas de gestão de risco e de mapeamento necessárias para todas as categorias climáticas extremas”, garante Matt.

Celebração à arte de brincar

Em maio, a Companhia Mutual de Seguros e a ONG “Gotas de Flor com Amor” realizaram evento que reuniu mais de 400 pessoas, que festejaram o Dia Internacional do Brincar. A data foi instituída pela Organização das Nações Unidas pela Educação, Ciência e Cultura (Unesco), comemorada em nível global sempre no último final de semana daquele mês.

A iniciativa fez parte da sexta edição do “Mutual Social”, que visa promover a solidariedade e o envolvimento do time da Mutual Seguros com ações que visam ampliar a atuação da seguradora na área de res-

ponsabilidade social. Em 2012, o projeto distribuiu para orfanatos e asilos mais de 1,7 tonelada em doações, entre alimentos não perecíveis e utensílios, contribuindo para ajudar 210 pessoas.

Segundo a superintendente da companhia Claudia Zalaf, os colaboradores foram incentivados a comparecer com familiares, participando efetivamente do Mutual Social. “O objetivo é não ficar apenas no discurso e estimular a atitude e a integração de nossos colaboradores e de suas famílias com causas sociais”, explica Claudia. “É a décima vez que

comemoramos o Dia Internacional do Brincar e ficamos muito satisfeitos com o resultado. Tivemos um dia intenso com diversas atividades e brincadeiras, mobilizando nossos alunos e a população do bairro”, revelou o diretor da ONG, Rodrigo Robles.



Crianças aproveitam para brincar e se confraternizar com os colegas

Destino certo para o descarte sustentável

Num período de seis meses, a Allianz Seguros, em parceria com a Ecoassist Serviços Sustentáveis, recolheu cerca de sete toneladas de móveis, eletrodomésticos e eletroeletrônicos descartados por segurados de condomínios, residências e empresas de pequeno e médio porte. O serviço, recém-ofertado aos clientes, contempla a retirada de móveis e eletroeletrônicos no endereço do segurado, dando o destino correto a estes.

O maior volume de itens recolhidos vem do seguro para condomínios da seguradora, já que mais de um milhão de pessoas têm acesso ao produto – além de a companhia ser líder nesse segmento, uma apólice envolve uma média 60 condôminos, que podem desfrutar do serviço. Os bens coletados, em condições de uso, seguem para entidades assistenciais cadastradas.



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



Autofácil é opção acessível para quem está sem cobertura BNP Paribas Cardif desenvolve produto que cobre riscos de roubo e furto

Da Redação

As seguradoras brasileiras exibem uma carteira de produtos que atendem a uma gama diversificada de clientes. No segmento automotivo, por exemplo, o principal produto da BNP Paribas Cardif do Brasil é o Autofácil, que simplifica a forma de contratação. Segundo o diretor comercial de Automóveis da BNP Paribas Cardif, Adriano Comparoni, o produto foi lançado em 2008, em resposta a uma análise que apontou um dado relevante: 70% da frota nacional não estava assegurada. “O levantamento foi feito a partir do cruzamento de dados da Susep (Superintendência de Seguros Privados) e da Anfavea (Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores)”, informou. Comparoni destaca que o Autofácil é um “produto inovador, sem concorrentes semelhantes ou diretos no mercado brasileiro”. É direcionado a veículos com 15 anos de idade, em média, e valor de mercado de até R\$ 70 mil, estipulado pela tabela Fipe – Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas. Diferente dos seguros compreensivos, dispensa franquia e não analisa o perfil do condutor. A avaliação compreende a região

de circulação do automóvel, a marca e o ano-modelo e se o seu valor é até 50% menor em face dos seguros tradicionais.

Além disso, o cliente concorre a sorteios mensais de R\$ 25 mil, extraídos pela Loteria Federal. O produto ainda inclui a instalação de um rastreador veicular sem nenhum custo extra, procedimento que incrementa a segurança do bem. O Autofácil propicia à companhia atuar com grandes financeiras e os principais bancos ligados a montadoras do País. Para 2013, o objetivo da BNP Paribas Cardif do Brasil é expandir a venda de apólices para caminhões e motos e, ao mesmo tempo, intensificar a participação no mercado de automóveis.

Os principais canais de comercialização do seguro são a internet, corretoras e diversos parceiros, como magazines de grandes redes de varejo. Com o Autofácil, o segurado obtém preço mais baixo na cobertura, alcançando ótima relação custo-benefício. Ao detectar o potencial ‘on-line’ do produto,



Comparoni: Autofácil é produto sem concorrentes no mercado

desde 2012, a companhia investe fortemente em estratégias de e-commerce do seguro. Além de uma plataforma própria da Cardif (nela o consumidor adquire o produto em cerca de dez minutos, em processo 100% digital), a empresa fechou parcerias estratégicas com as principais corretoras on-line, que compõem importante mercado em ascensão no Brasil.

Pósitron e Cardif. Sinal de feliz parceria

A empresa de segurança automotiva Pósitron anunciou em evento realizado na churrascaria Fogo de Chão, em São Paulo, a parceria fechada com a BNP Paribas Cardif do Brasil, para a venda de rastreadores e seguro de roubo ou furto total do veículo. A junção dos dois produtos também oferece a opção de contratação de serviço de assistência 24 horas – direito a guincho, troca de pneus,

transporte alternativo e socorro a automóveis (em caso de pane elétrica ou mecânica).

Segundo o gerente de Negócios da empresa de rastreadores, Alcides Prates, o seguro é cerca de 50% mais econômico em relação ao seguro convencional, sem precisar de vistoria prévia, ou fazer avaliação da região de circulação e análise de perfil. “A contratação é simples e sem

complicação. Se o carro não for recuperado, o consumidor receberá indenização de 100% do valor do veículo, conforme tabela Fipe”, afirma Prates.

O consumidor que comprar produtos da Pósitron de 10 de junho à 31 de dezembro também concorrerão a uma viagem para a Florida, onde experimentarão, a sensação de voar no espaço. O sorteio acontece em 24 de janeiro de 2014. (CP)

Expansão do setor depende da superação de desafios



Marraccini chamou atenção ao combate sistemático à fraude

Um mercado em franca evolução. Com essa certeza, o presidente da Federação Nacional de Seguros Gerais (FenSeg), Paulo Marraccini, falou a associados e convidados do Clube dos Corretores de Seguros de São Paulo (CCS-SP) em almoço realizado em São Paulo, no dia 14 de maio. Foi a primeira vez que o dirigente foi protagonista em evento promovido pela entidade. Ele falou sobre a expansão dos seguros ge-

rais e a contribuição decisiva do corretor nesse processo. Cerca de 200 profissionais do setor e executivos de seguradoras compareceram ao Circolo Italiano.

O presidente apresentou as estatísticas do setor e os desafios a serem superados. “A participação dos seguros no PIB

é de 6%. E houve avanço de 13% nos negócios em 2012”, declarou. Quanto aos desafios, Marraccini chama a atenção ao combate sistemático à fraude e à redução de sinistros.

O líder da FenSeg reiterou o papel do corretor nesse cenário, sobretudo quando decide investir em

educação, ao destacar a atuação da Escola Nacional de Seguros na formação de corretores e na reciclagem profissional. O mentor do CCS-SP, Alexandre Camillo, se dirigiu ao presidente da FenSeg, declarando-lhe apoio em suas ações em prol do mercado. “Iremos contribuir com os desafios que Paulo Marraccini terá pela frente”, garantiu à plateia.



Camillo prometeu contribuir com os desafios da FenSeg

Opções para o corretor angariar mais negócios



Rodrigo Paiva (Rede ICP), Júlio Tucci (Lojacorr), vice-presidente da UCS, Raquel Gomes, Marcos Abarca e presidente César Bertacini

Em mais uma edição do seu “Trocando Ideias”, evento da União dos Corretores de Seguros (UCS), três executivos transmitiram informações e ensinamentos aos associados da entidade. A UCS reuniu em maio cerca de 50 pessoas no restaurante Roda

Grill, em São Paulo, que prestigiaram as palestras do diretor de Gestão de Marcas e Comércio Eletrônico da Rede ICP Seguros, Rodrigo Paiva, do diretor comercial da Lojacorr, Júlio Tucci, e o presidente da União Nacional dos Corretores de Seguros (UNCS), Marcos Abarca.

Na abertura do evento, o presidente da UCS, César Bertacini, convidou o seu antecessor, Luiz

Alvarez Morales, para falar sobre o projeto da entidade, cujo objetivo é formar pessoal para atuar em corretoras de seguros. O projeto propõe treinamentos com duração de um ano com aulas teóricas e práticas sobre seguros e como funciona a dinâmica de

uma corretora. Ao final do processo, os candidatos aprovados serão contratados. O primeiro palestrante a falar foi Rodrigo Paiva. Ele destacou as excelentes oportunidades de negócios aos corretores e assegurou que, até 2020, todas as transações serão 100% online. Paiva discorreu sobre o papel da Autoridade de Registro e os diferenciais para as corretoras que se credenciam à Rede ICP.

Outro modelo que reúne 380 corretores é a Lojacorr, sociedade que agrega profissionais da área como acionistas, compartilhando o acesso às seguradoras, sistemas de gestão, multicálculo e a centralização de back office. O modelo foi apresentado pelo diretor Júlio Tucci. Por último, Marcos Abarca falou sobre o trabalho desenvolvido pela UNCS, fundada em 2007.

Porto Seguro anuncia produtos e oportunidades



Rivaldo Leite, Eduardo Kozma e o presidente da Câmara, Pedro Barbato: 'Tribuna Livre' recebeu Porto Seguro

A Câmara dos Corretores de Seguros do Estado de São Paulo (Camaracor-SP) recebeu, no final de maio, a Porto Seguro em mais uma "Tribuna Livre". O diretor de Produção de São Paulo, Interior Paulista e Região Sul, Rivaldo Leite, e o diretor de Produção da Capital de São Paulo, Eduardo Kozma, apresentaram os resultados dos produtos já conhecidas e novas alternativas para gerar receita aos corretores.

Os executivos analisaram as performances dos produtos. O primeiro deles é o título de capitalização, lança-

do em setembro de 2012. Mesmo com pouca divulgação, Kozma afirma que o produto sinaliza para boas oportunidades, destinado às pessoas que possuem renda, mas não conseguem comprová-la, substituindo, assim, o fiador no procedimento de locação. "É um produto que substitui o seguro-fiança, devido às condições citadas, além de capitalizar o locatário", completa o executivo.

No segmento de saúde, a companhia aposta suas fichas na Portomed, nova operadora de seguro regida pela Agência Nacional de Saúde Suplementar (ANS). A operadora abrange nove

centros médicos que atendem consultas seletivas e especialistas na Grande São Paulo, com médicos sob a gestão da Porto Seguro.

Entrando em novo segmento, a seguradora entra no mercado de telefonia celular com a empresa Conecta. Os testes já começaram a ser feitos entre os funcionários da companhia. As operações devem se iniciar em Santos e Campinas, chegando posteriormente em São Paulo a partir de setembro. De acordo com Kozma, a difusão do produto funcionará da mesma forma que a do cartão de crédito da Porto Seguro.

Já Rivaldo Leite aposta na diversificação dos negócios como forma de garantir rentabilidade ao corretor. Em sua opinião, é difícil o profissional depender do seguro auto para auferir boa renda, até porque há seguradoras que firmam parcerias com montadoras. "Nessa situação, o corretor acaba perdendo negócios", afirma. Leite recomenda ao profissional que se reposicione em relação a outros produtos. "Somos líderes no segmento de automóvel, mas estamos focados em outros produtos também", adverte.

Sociedades que reúnem corretores são benéficas?

No final de maio, a Associação Paulista dos Técnicos de Seguro (APTS) realizou mais uma edição da "Palestra do Meio-Dia" com o advogado especializado em seguros, Plínio Machado Rizzi. Ele apresentou o tema "o futuro da corretagem está nos modelos de negócios que reúnem corretores em sociedades?". Rizzi fez uma análise sobre os diversos tipos de sociedades entre corretores existentes no mercado. Os modelos de negócios envolvem desde a constituição de empresas jurídicas, com participação societária dos corretores, até a simples união informal de profissionais especialistas em áreas distintas.

O advogado conversou rapidamente com a reportagem de **Seguro Total**. Segundo ele, a organização em forma de sociedade é benéfica para a categoria. "O grande problema dos corretores é resolver problemas burocráticos. E por meio das sociedades o profissional terá um tempo maior para trabalhar as suas carteiras", comenta. Durante sua palestra, Rizzi comentou sobre as alternativas de organização dos corretores em quatro modalidades: sociedade simples, sociedade limitada, sociedade anônima e cooperativa. Segundo ele, nesses modelos de negócios, o ganho em escala pode possibilitar melhor negociação com o segurado.



Rizzi analisou as sociedades e suas características

Mais interativo e dinâmico

PLANETA SEGURO

Últimas Notícias

Justiça suspende licitar 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 Moderna de ... (Leia mais)

Grupo BB e Mapfre apoia Projeto de Fundação Gcl de Letras
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

Homenagem a quem fez muito pela previdência privada

Companhia recebe cumprimentos do Legislativo gaúcho e inaugura memorial



Renk discursa na Câmara Municipal de Porto Alegre: “Colaboramos para o desenvolvimento do País”

Da Redação

No dia 14 de maio, o GBOEX completou 100 anos de história. A Câmara Municipal de Porto Alegre homenageou o grupo em sessão solene realizada na tarde daquela terça-feira, presidida pelo vereador Dr. Thiago Duarte. Mas quem falou em nome da Mesa Diretora foi o vereador Bernardino Vendruscolo. Ele fez uma breve retrospectiva da trajetória da organização, ressaltando que “o GBOEX é um modelo para muitas instituições, pois trata com competência um segmento muito propício aos descaminhos do mercado”.

Vendruscolo disse ainda que, quando serviu à Polícia do Exército, quem ocupava o posto de capitão era o coronel Sergio Luis Lhullier Renk, hoje diretor-presidente da Diretoria Executiva do GBOEX. Ao fazer uso da palavra, Renk explicou aos presentes como surgiu o grupo. “Somos distribuidores de renda. Colaboramos para o desenvolvimento comercial e in-

dustrial do país”, afirmou. O dirigente agradeceu a homenagem, sentindo-se honrado pelo reconhecimento da Câmara Municipal pelo trabalho empreendido pelo grupo desde 1913.

O primeiro ato em comemoração aos 100 anos, contudo, foi a inauguração oficial do Memorial do Centenário que ocupa o hall da matriz da empresa em Porto Alegre. Projeto idealizado pela Diretorias Administrativa, de Planejamento e de Marketing, o Memorial foi concretizado com a participação de associados, colaboradores e pessoas que fizeram parte da história do GBOEX. Os painéis,

separados em cinco blocos, retratam os produtos da empresa, imagens e documentos históricos, a linha do tempo e também a evolução da logotipia da marca.

Além dos painéis, o espaço também reúne objetos que contam a história da entidade. Brindes, agendas, placas comemorativas e ainda publicações da empresa estão expostas. A escolha das imagens e os textos foram todos produzidos internamente, com a execução de uma empresa especialista em comunicação visual. Também no dia 21, à noite, aconteceu o lançamento de uma exposição de registros dos fatos mais marcantes do GBOEX no Museu de Seguros do Rio Grande do Sul, localizado na Escola Nacional de Seguros-RS.

Novos produtos

Ainda em comemoração ao seu centenário, o GBOEX apresentou dois novos produtos ao mercado. O primeiro é o Empresarial Flex, proteção individual para pessoas físicas vinculadas a uma pessoa jurídica. O segundo, o MultiVida Premiado, é fruto de uma parceria com a Confiança Companhia de Seguros. Ele oferece sorteios mensais de R\$ 6 mil e assistência residencial 24 horas, destinado à contratação individual. Com esses produtos, o grupo planeja crescer entre 12% a 15% em 2013.



Memorial exhibe painéis que retratam os produtos da empresa, imagens e documentos históricos

Rossi quer aproximação com Legislativo e Executivo

Presidente da CNseg encontra-se com profissionais do mercado em São Paulo

Foto: Divulgação CNseg



Rossi apresenta as metas de sua gestão na CNseg

Cristiane Pappi

Em maio, o Clube Vida em Grupo de São Paulo (CVG-SP) recebeu para um almoço no Terraço Itália, em São Paulo, uma presença ilustre: o presidente da Confederação Nacional das Seguradoras (CNseg) e do Grupo Bradesco Seguros, Marco Antonio Rossi. Após a posse em Brasília, esse foi o primeiro evento que Rossi participou com os profissionais. Cerca de cem pessoas, sobretudo executivos de vida e previdência, marcaram presença.

Durante o encontro, o dirigente ressaltou alguns de seus maiores desafios à frente da entidade. Um deles deverá ser concretizado com as federações: o de ocupar um estratégico espaço junto aos Poderes Executivo e Legislativo em Brasília. Rossi enfatizou a importância dos atuais mecanismos de comunicação, de forma clara e transparente, não só ao segmento, mas ao consumidor e à sociedade, as ações empreendidas pelo mercado

de seguros. “Às vezes, nós mesmos não sabemos a força e o tamanho do mercado e, infelizmente, as notícias que saem para o público são sobre benefícios que não foram pagos”, ponderou o presidente da CNseg.

Rossi apresentou dados que mostram a pujança dos seguros no País. Responsável por gerar cem mil empregos, o mercado nacional é o sétimo maior na economia mundial. Em 2012, o setor contabilizou R\$ 252 bilhões, contribuindo com 6% do PIB. No total, o volume arrecadado chega a R\$ 15 milhões de impostos para a sociedade. Para se ter uma ideia da evolução do setor, no ano passado, o Programa de Aceleração do Crescimento (PAC) somou R\$ 573 milhões, crescimento de 30% ao ano se comparado com os R\$ 123 milhões de 2006. Além disso, a indústria acumulou um valor acima de R\$ 520 milhões em reservas técnicas que podem ser revertidas para projetos de desenvolvimento ao País. Por último, Rossi destacou o papel imprescindível da Escola Nacional de Seguros no processo de capacitação dos profissionais, além de afirmar que pretende abrir cada vez mais o diá-

logo com os profissionais de seguros e as entidades do mercado.

Homenagem

Na manhã do dia 14, a Câmara dos Deputados homenageou Marco Antonio Rossi, durante sessão solene em comemoração ao Dia Continental do Seguro. O dirigente recebeu das mãos do presidente da sessão, deputado Armando Vergílio, uma placa de honra ao mérito, em reconhecimento por sua atuação no mercado. “Essa homenagem é para a indústria dos seguros, por sua importância e construção; pelo que temos feito durante todos esses anos”, afirmou Rossi, em discurso na tribuna.

Estiveram presentes na sessão os presidentes de três federações – Osvaldo do Nascimento (FenaPrevi), Márcio Coriolano (FenaSaúde) e Marco Antonio Barros (FenaCap). O presidente Paulo Marraccini (FenSeg) não pode comparecer e enviou representante. Também marcaram presença sindicatos de corretores, executivos do mercado e um representante de cada partido na Câmara Federal. Rossi agradeceu a homenagem e colocou o mercado a serviço do País para continuar ajudando a construir um “Brasil melhor e mais efetivo”.



Marco Antonio Rossi discursando na Câmara Federal, ladeado pelos presidentes das federações e parlamentares

Assist Card comemora bons resultados



Daniel Prieto e Rafael Cortez durante o evento no Giardini Buffet

A partir de maio, o comediante Rafael Cortez tornou-se o novo rosto para as campanhas da Assist Card Brasil. O anúncio aconteceu em evento no Giardini Buffet, em São Paulo. A versatilidade de Cortez – que também é ator, palhaço, músico e jornalista – como ele mesmo diz – está alinhada aos princípios da empresa, cujo slogan é “a qualquer hora, em qualquer lugar e por qualquer razão”. Com muito humor, a Assist Card, na ocasião, comemorou os bons resultados com seus parceiros nos segmentos corporativo, intercâmbio, operadoras, lazer e eventos, corretoras de viagem, e saúde,

que receberam uma placa de agradecimento das mãos do novo garoto-propaganda.

Segundo o country manager Daniel Prieto, a empresa obteve um crescimento de 35% em 2012 e estima alcançar 30% até o final do ano. “O trabalho de parceria com a equipe do Brasil e a paixão pelo que fazemos, nos motiva a inovar, colocando sempre nossos corações ao lado do próximo”, comentou. Dados da Associação Brasileira de Operadores de Viagens Educacionais e Culturais (Belta)

mostram que o mercado de intercâmbio no Brasil cresceu 20% no ano passado comparado aos dados de 2011. Por esse motivo o País tornou-se estratégico para os negócios da Assist Card.

Devido à procura dos brasileiros em viajar nesse período do ano para o Hemisfério Norte, a empresa lançou as campanhas “Todos a Bordo” e “2x1”. “A finalidade é aproveitar o momento para triplicar o volume de vendas”, revelou Prieto. A primeira campanha objetiva estimular os mais de 8 mil agentes e 74 mil corretores dos 16 países que a companhia mantém na América Latina, premiando aqueles que baterem suas metas de vendas. (CP)

Plataforma telemática

Com o objetivo de buscar uma solução para ajudar as empresas a superar todos os desafios acerca do aumento de roubos e furtos, mudanças na legislação, condições precárias das estradas, entre outros assuntos, a Zatix lançou, em 22 de maio, no Bar Des Arts, em São Paulo, a plataforma telemática Linker. Integrando as linhas de produtos das marcas Omnalink e Graber, a nova plataforma possui flexibilidade, acesso on-line, promove unificação das atividades de rastreamento, gestão de frotas e apoio à localização de veículos.

A nova solução Linker funciona como um portal que permite monitorar a localização do veículo pela internet em tempo real, além de exibir o histórico de posições. Segundo o CEO da empresa, Cilineu Nunes, outras ferramentas estão sendo trabalhadas e desenvolvidas, o que permite à Zatix voltar a atuar com pessoas físicas. “Estamos viajando por todo o Brasil e algumas partes do mundo para apresentar nosso sistema. Principalmente lá fora, estão querendo saber o que estamos fazendo para esse tipo de mercado”, completa Nunes. (BN)

Seguro de responsabilidade ambiental está no centro das atenções



Polido fala sobre seguro de RC em evento da Aon

No dia 20 de maio, a Aon realizou no Grand Hyatt Hotel, em São Paulo, o Seminário Seguro Responsabilidade Civil. Entre os assuntos, o destaque foi o seguro de responsabilidade ambiental, que garante a reparação de danos causados pelo homem no meio ambiente. Alguns dos principais especialistas do setor comandaram apresentações, debates e palestras. O seminário tratou sobre o seguro de RC em Operações,

que cobre danos materiais e pessoais, causados a terceiros em acidentes em diversas esferas de atuação, como atividades industriais, comerciais e serviços. O advogado Walter Polido, autor de livros de seguros e resseguro, foi quem ministrou a palestra. Polido abordou a necessidade social dos seguros de RC, teorias contemporâneas, a evolução de tipo de seguro no Brasil e as tendências futuras. (BN)

Pelo aperfeiçoamento dos seguros

Seguros, previdência e meios remotos



O Instituto Brasileiro de Direito do Seguro (IBDS) e a editora Quartier Latin lançaram, em São Paulo, a obra “Contrato de

Seguro: Uma Lei para Todos”, com prefácio do presidente do instituto, advogado Ernesto Tzirulnik. O livro possui 216 páginas divididas em cinco capítulos: além do prefácio, há uma breve cronologia sobre o Projeto de Lei nº 3.555/2004 e o PL 8.034/2010, “Exame Crítico das Sugestões apresentadas pelo Ministério da Fazenda” e os anexos I (texto do PL de 8.034) e II (“Consolidado IBDS”). O projeto de lei sobre contrato de seguro é de autoria do então deputado federal José Eduardo Martins Cardozo, hoje, ministro da Justiça.

Na ocasião, Tzirulnik destacou um dos méritos do contrato, ao estabelecer de forma clara o papel dos agentes de seguros, figura prevista no direito civil que se diferencia do corretor. “Tenho conhecimento de que muitas companhias delegam a seus funcionários funções de agentes com direito a comissões como se fossem corretores. Isso é apropriação indébita”, advertiu o advogado. Em sua opinião, o funcionário da seguradora defende, em primeiro lugar, os interesses da empresa.

Na análise do advogado, o contrato dirime dúvidas do cliente, esclarecendo que o corretor de seguros é o único profissional que atua na intermediação dos contratos, preciso no atendimento às demandas dos consumidores. Tzirulnik

reiterou o fato de que a lei não cria o agente de seguros pelo simples fato de “ele já existir, atuando sem a devida formalização”. O mercado sai bastante prejudicado com isso, segundo ele.

No prefácio da obra, Ernesto Tzirulnik mostra o atraso brasileiro na instauração de uma lei específica para os contratos de seguros frente a outros países. O atraso, até então, era evidente: a Bélgica teve a sua primeira lei de contratos de seguros no século 19 e a Alemanha promulgou a sua em 1901. “Diversamente da antiquada concepção de seguro como proteção a coisas em si, a legislação e a regulamentação brasileiras em matéria de seguro logo se pautou pela compreensão do que era preciso conferir o máximo de efetividade ao sistema e aos contratos de seguro”, pondera o advogado.

É impossível saber quando o Congresso Nacional irá aprovar a matéria. No final de maio, a Comissão Especial da Câmara dos Deputados solicitou à presidência da Casa um prazo extra (mais 20 sessões) para realizar estudos técnicos e outras audiências no sentido de dirimir dúvidas e “exaurir o debate” sobre o projeto de lei antes de emitir o parecer. Somente, a partir daí, a matéria seguirá a sua tramitação normal. Em palestra ministrada na Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (Fiesp), em outubro de 2010, o deputado Cardozo afirmou: “Acho o projeto fundamental para a nossa economia, adequado inclusive para os próprios críticos que, no afã de deixar tudo como está, não percebem que o projeto vai beneficiá-los”.

Em maio, fomos surpreendidos com a colocação em consulta pública, pela Susep, de norma que trata da contra-



tação de previdência privada e seguros por meios remotos - internet, telefone, TV digital, etc. Já era esperado da autarquia a manifestação sobre o tema, uma vez que tais meios vêm sendo largamente utilizados. Com a iminente profusão dos microsseguros, já se fala em contratação até por “torpedo de celular”.

Mas a sociedade ainda carrega resquícios de conservadorismo. Ao mesmo tempo em que vibra com as novidades e consome cada vez mais por meio das novas tecnologias, também é permeada por desconfiança (em especial quando se trata de seguros e previdência), por um apego ao formalismo, ao que está escrito no “papel”.

Assim, o reflexo deste pensamento traz pelo menos dois pontos que chamam a atenção na minuta: a vedação da contratação da previdência privada e da indicação de beneficiários por meios remotos. O que justificaria, na lógica da autarquia, tal proibição? O consumidor moderno é incapaz de contratar um plano por si só? A indicação de beneficiário só vale se for escrita em papel? É preciso ter cautela, mas também algum discernimento. Impedir, proibir um movimento natural do mercado, pode causar um engessamento, dificultando o acesso da população a importantes instrumentos de proteção social.

Ivy Cassa é advogada

Dúvidas ou sugestões de temas?

icassa@azevedosette.com.br

Prioridade é o diálogo com toda a cadeia produtiva

Presidente da Federação Nacional de Saúde Suplementar (FenaSaúde), Márcio Coriolano, analisa o panorama da medicina privada, aborda o planejamento estratégico da entidade, remuneração de preços, reajustes e novos modelos de financiamento



Carlos Alberto Pacheco

Revista Seguro Total - Como o senhor pretende expandir o diálogo com os elos da cadeia de saúde?

Márcio Coriolano – Os elos da cadeia de saúde, nas esferas pública e privada, devem se articular a fim de gerar atendimento de qualidade aos beneficiários dos planos e usuários do SUS. Uma prioridade da FenaSaúde é expandir o diálogo para obter soluções diante dos desafios, como a longevidade e as transições epidemiológica e tecnológica. O ano de 2012 foi crítico para as operadoras. Os custos hospitalares aumentaram dramaticamente. O equilíbrio da seguridade privada se agravou. É preciso coragem para garantir a manutenção do acesso da população que deseja ter planos privados. Entre os pilares da FenaSaúde, figuram a proposição de temas para a estabilidade regulatória e amplo programa de comunicação com a sociedade. Propomos aprofundar a discussão sobre o papel de cada integrante da cadeia privada e suas responsabilidades. O modelo atual está esgotado. Regras devem observar equilíbrio nas relações.

ST – Como o senhor recebeu a decisão da ANS de fixar critérios no reajuste dos serviços nos contratos entre operadoras e profissionais?

MC – O tema diz respeito à contratualização, que rege a relação entre operadoras e fornecedores de serviços médicos. A ANS editou resolução exigindo cláusulas obrigatórias para detalhar regras de reajuste e prorrogou até 12 de agosto a entrada em vigor para contratos com serviços e prestadores hospitalares; serviços auxiliares de diagnóstico e terapia e clínicas ambulatoriais. Há operadoras maiores, com grande poder de negociação, e também prestadores de serviço de maior porte, com mais poder de negociação. O contrato exige compatibilidade

de forças. O que se discute é se o conjunto das cláusulas gera equilíbrio. A FenaSaúde, os prestadores hospitalares e a ANS aproveitarão o prazo adicional para buscar pactuar cláusulas alternativas.

ST – Segundo a ANS, entre 2005 a 2010, o número de internações de pacientes de operadoras privadas no SUS teve alta de quase 60%. A que fatores podemos atribuir essa alta?

MC – Em 2012, as operadoras realizaram 996 milhões de procedimentos. Havia 498 mil leitos em junho de 2006 – SUS e rede privada. Em junho de 2012, eram 503 mil leitos – expansão de 1,1%. Nesse período, olhando só para o SUS, os leitos caíram de 376 mil para 354 mil – retração de 5,7%. Já os destinados a planos privados cresceram de 122 mil para 149 mil – expansão de 21,9%. Algumas unidades do SUS, como o Instituto Nacional de Câncer, atraem pacientes. Em casos de emergência, vítimas são encaminhadas ao SUS e depois transferidas a hospitais credenciados a seus planos. Outra explicação são os transplantes, que dependem de doadores. Há ainda quem procure unidades do Sistema devido à proximidade com a residência. A alegação de que os planos sobrecarregam a rede pública é inversão dos fatos.

ST – Os médicos reclamam de que as operadoras não pagam honorários compatíveis com a atividade.

MC – As associadas praticam reajustes regulares para procedimentos e consultas, com índices acima da inflação e, muitas vezes, do teto da ANS para o reajuste dos planos individuais. De julho de 2011 a junho de 2012, as afiliadas concederam reajuste em torno de 14% nas remunerações, frente aos 12 meses anteriores – reposição superior ao dobro da inflação. Levando em conta remuneração média de R\$ 63 por consulta repassada pelas associadas, médicos rece-

bem R\$ 126 a hora, por duas consultas de 30 minutos. Após jornada de oito horas diárias, eles ganham R\$ 1.008, e em 22 dias, têm remuneração de R\$ 22.176. Em várias especialidades, são remunerados também por procedimentos, como eletrocardiograma, ultrassonografia, entre outros. É preciso uma visão realista da margem para recomposição. Em 2012, a receita das associadas (inclui planos odontológicos) foi de R\$ 37,2 bilhões. Do total, R\$ 36,1 bilhões foram para as despesas totais. As despesas assistenciais alcançaram R\$ 30,1 bilhões. Com consultas, foram gastos R\$ 4,7 bilhões – se aplicado reajuste linear de 10%, a despesa adicional seria de R\$ 470 milhões, o que recairá sobre o consumidor, pois as operadoras não geram receitas que não sejam pelo equilíbrio atuarial.

ST – Há, de fato, uma inflação embutida nos procedimentos médicos?

MC – A inflação médica resulta, em parte, da busca de recomposição de preços por parte dos prestadores de serviços. Os custos médicos crescem mais que a média histórica e acima do produto agregado da economia, de salários, rendas e remuneração das empresas que contratam planos de saúde. A sinistralidade se agravou. A sociedade continua a demandar novas coberturas médicas. Há de se ter contrapartida da responsabilidade da cadeia produtiva por práticas que agreguem valor. Novos modelos de financiamento são cruciais, como o VGBL Saúde. Há forte utilização de recursos médicos, sem critérios comprovados de resolução em proveito dos pacientes. Há amplo uso de órteses, próteses e materiais especiais, que reflete modelo de remuneração baseado em quantidade de procedimentos. Representantes da classe médica reconhecem práticas abusivas. A ANS se comprometeu a incluir o tema na agenda regulatória. O setor privado aguarda.

Contribuição ao desenvolvimento da agricultura

Companhias oferecem produtos para intempéries climáticas e áreas florestais

Cristiane Pappi

Boas novidades movimentam o agronegócio brasileiro em um todo. No início de junho, a presidente Dilma Rousseff e o ministro da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, Antônio Andrade, anunciaram o Plano Agrícola e Pecuário (PAP) 2013/14. Entre as novidades, está o aumento da subvenção ao prêmio do seguro rural. De acordo com o ministro, o governo elevou em 75% os valores para este ano, passando de R\$ 400 milhões para R\$ 700 milhões, evidenciando a importância desse segmento para que as previsões sejam realizadas.

Segundo Andrade, do total atribuído, 75% é destinado a regiões e produtos agrícolas prioritários, com subvenção de 60% do custo da importância segurada. A expectativa é preservar uma área superior a 10 milhões de hectares que beneficiará 96 mil produtores. Além disso, o governo pretende, por meio do Programa Inovagro, impulsionar a produtividade e competitividade do agronegócio brasileiro. O programa destinará R\$ 3 bilhões ao setor, dos quais R\$ 2 bilhões voltados a pesquisas e desenvolvimento de máquinas e equipamentos, enquanto R\$ 1 bilhão visa impulsionar os produtores rurais a incorporarem tecnologias em seus negócios.



Cullen: produtor investe mais com o seguro rural

Para o head de Agro da Swiss Re, José Cullen, não há dúvidas que investir na subvenção ao seguro rural contribui para o desenvolvimento da atividade agrícola. “A medida que o produtor rural perceber os benefícios e retorno que o seguro rural pode proporcionar, como, por exemplo, estabilizar a renda, ele poderá investir muito mais em tecnologia para seus negócios”, comenta. Segundo o executivo, para a elaboração e monitoramento dos produtos da Swiss Re, a empresa trabalha com todos os estudos e relatórios disponibilizados pelos órgãos governamentais.

O superintendente de Agronegócios da Allianz Seguros, Luíz Carlos Meleiros, ressalta que o mercado tem grande potencial, exigindo cada vez mais conhecimentos das empresas, que englobam técnicas de cultivo, colheita, tecnologias voltadas para o segmento. A postura adotada pela empresa, após fechar o contrato, é promover a realização de inspeções prévias do plantio, monitoramento via satélite e informativos mensais sobre o crescimento vegetativo, sempre orientado o produtor.

Tendo em vista o clima e a sazonalidade da produção brasileira, os seguros rurais foram pensados de acordo com o produto trabalhado e a necessidade do agricultor. A Superintendência de Seguros Privados (Susep) definiu oito modalidades específicas. Entre os produtos, o professor da Escola Nacional de Seguros e sócio da Correcta Seguros, Bruno Kelly, explica que existem os de custeio que cobrem apenas a reposição dos gastos relativos ao plantio; os dirigidos à produção – a seguradora repõe a perda física da produção esperada – e os seguros de “renda”, cuja cobertura é relativa à renda que o agricultor espera atingir com a venda de sua produção após safra.



Meleiros ressalta o grande potencial do mercado

Coberturas diversas

Dois inovações oferecidas pela Swiss Re são os seguros de animais e o florestal. A primeira cobertura é voltada a casos de morte de espécies, produção, cria ou recria, engorda ou trabalho de tração. O seguro contempla asininos, bovinos, bubalinos, caprinos, equinos, muares, ovinos e suínos. A segunda modalidade protege áreas florestais com vistas à atividade econômica, entre as quais a exploração de madeira, móveis e celulose. O Brasil arrecada, em exportação de produtos florestais, em torno de US\$ 702 milhões, segundo dados do governo federal.

Outra cobertura essencial para a economia e, ao mesmo tempo complexa, é o setor sucroalcooleiro (açúcar e álcool). A produção é concentrada nas regiões Centro-Sul e Nordeste do Brasil e o cultivo demora entre 12 a 18 meses. Um dos grandes riscos existentes nesse tipo de agricultura é a ocorrência de incêndios e vendavais. Segundo o superintendente Meleiros, devido à cultura ser atípica, a Allianz fez um adequação para o produto. No seguro oferecido pela seguradora, além dos dois sinistros cobertos, o produtor pode contratar as coberturas adicionais para chuva excessiva, ventos fortes, granizo, geadas, seca e inundação.

A expansão do mercado de seguros no Brasil



*Ricardo Barretto**

Nos últimos 15 anos, o setor de seguros cresceu mais do que a economia nacional, mas ainda há muito a ser feito. Apesar de 2012 não ter sido bom para a economia, com expectativa de crescimento do PIB sobre o ano anterior em torno de 1% e a inflação transpondo 5%, para o mercado de seguros, não se pode considerar que o setor tenha obtido um resultado negativo. Estudos da CNSeg apontam estimativa de crescimento da arrecadação do total de seguros privados em torno de 19% (real de 13%), com a participação no PIB beirando os 4%.

O mercado de seguros deve arrecadar cerca de R\$ 289,4 bilhões em 2013. O segmento de riscos de engenharia será o de maior crescimento, com 66% de alta esperada no ano e arrecadação de R\$ 1,4 bilhão. Isso, devido aos investimentos em infraestrutura e aos projetos ligados a eventos esportivos. Até 2015, a estimativa para o setor de riscos de engenharia é de um avanço de 54%, na comparação com 2012.

O seguro rural também deve apre-

sentar aumento expressivo, de 23% em relação ao ano passado, com uma arrecadação de R\$ 2,2 bilhões. O mercado de seguros brasileiro, sem contar o ramo saúde, faturou R\$ 127,214 bilhões em 12 meses fechados em novembro do ano passado. A cifra é 22,3% maior que a contabilizada em igual período imediatamente anterior.

Os riscos que hoje não encontram qualquer tipo de proteção serão segurados por meio de apólices colocadas a disposição de todos. O mercado de seguros é tradicionalmente conservador e o brasileiro não tem o hábito de adquirir seguros. Essas premissas precisam mudar. A chave é o estímulo para as operações de seguro garantia que apresentou, em 2012, um retrocesso inesperado.

Se, por um lado, a isenção do IOF tornou a modalidade mais competitiva frente à fiança bancária, por outro, as seguradoras desencadearam um movimento predatório entre elas. Isso por falta de políticas corretas. Enquanto houver pessoas despreparadas no mercado que se vendem por muito e não têm o que entregar, a prosperidade e melhorias esperadas por todos (seguradores, segurados e corretores) serão pequenas.

A nossa proposta é de um novo tempo, de muito trabalho e austeridade, em que não deve cometer excessos. As políticas que serão colocadas em prática visam identificar e procurar soluções para as causas que aumentam a sinistralidade, levando a um aumento no preço do seguro. Um dos objetivos visados para melhorar o mercado é o seguro de pessoas.

Entendemos que nele reside um dos maiores potenciais de crescimento do mercado nacional, pois no Brasil, por falta de incentivo correto, ainda não conseguimos deslanchar nos microsseguros e tampouco aproveitar o momento de mobilidade social que o país vive.

Na área de riscos pessoais pretendemos colocar a área de estudos atuários para atualizar seus conhecimentos, visando a “quarta idade”, com reformulação nos conceitos, taxas e coberturas, já que estamos tendo um aumento significativo no prolongamento da vida das pessoas. Outro ponto de interesse e políticas de incentivo serão os seguros ambientais, que certamente ocuparão lugar de destaque em curto espaço de tempo e em razão também da evolução da sociedade. Por certo a renovação da legislação se faz mais do que necessária, carecendo o país de um marco regulatório eficaz para os seguros.

Assim o Brasil será colocado no mesmo nível de países desenvolvidos em matéria de legislação securitária e que já possuem os respectivos Códigos de Seguros apartados dos Códigos Cíveis ou Comerciais (Espanha, França, Alemanha, Portugal e Bélgica são alguns exemplos). O Estado deve regular firmemente a atividade securitária em prol dos consumidores de seguros e da liquidez do sistema. Num cenário de juros baixos, as pessoas vão ter de reaprender a formar poupança de curto, médio e longos prazos. Além disso, elas terão de começar a entender, nesse novo quadro, um pouco melhor o papel do seguro e como se utilizar dele.

**Ricardo Barretto é gerente comercial do Grupo Federal Seguros*

Garanta o patrimônio sem correr riscos graves

Seguro D & O desperta a atenção das empresas e mostra potencial para crescer

Bruna Nunes

Garantir o patrimônio de executivos de empresas públicas ou privadas tem sido uma prioridade para os dirigentes brasileiros. Afinal, conselheiros, diretores, gerentes e administradores de organizações querem proteger-se ante a perdas ou danos financeiros, que resultam de ação judicial derivada do exercício de suas funções ou cargos. É o que consta no artigo 158 da Lei 6.404/76. Essa preocupação é crescente, comprovada pelas estatísticas.

Segundo dados da Superintendência de Seguros Privados (Susep), no primeiro trimestre de 2013, o segmento de Responsabilidade Civil - D & O apresentou um volume de produção de R\$ 52 milhões. Crescimento nominal de 19% em relação a igual período do ano passado, quando alcançou R\$ 44 milhões. As quatro modalidades de RC - geral, profissional, D & O e riscos ambientais faturaram, de janeiro a



Pollak: sinistros crescem. Empresas sentem impacto

março de 2013, R\$ 292,1 milhões em prêmios diretos, aumento de 85% em relação ao mesmo período de 2012. O seguro D & O começou a ser oferecido no mercado em 2009, até então, pouco conhecido entre os principais executivos das empresas. Mas, hoje, o D & O é indispensável no cotidiano das empresas, devido à exigência de rapidez nas decisões tomadas no ambiente de negócios. O seguro D & O também é visto como benefício, pois quem arca com as despesas de sua contratação é a própria empresa, protegendo-se de equívocos cometidos por seus executivos.

**“Administradores
querem proteger-se
ante a perdas ou
danos financeiros
que resultam de
ação judicial”**

Para expandir as vendas, as companhias investem, cada vez mais, no treinamento dos corretores para que estes possam transmitir aos futuros segurados mais credibilidade e torná-los conhecedores de mais essa proteção. A estratégia de venda da Willis Brasil, por exemplo, se ampara no novo Código Civil, que passou por diversas alterações, deixando os executivos mais expostos a possíveis reclamações. Segundo a Willis, o número de apólices emitidas aumenta 10% a cada ano.

“Já conseguimos perceber que a redução deste número não é tão acentuada como foi nos últimos anos. Os sinis-



Segundo Nery Silva, companhia oferece ao corretor mais agilidade na entrega da apólice

tros vêm aumentando gradativamente e as seguradoras sentem o impacto. Portanto não se sabe ao certo até quando essa tendência de queda se manterá”, comenta o gerente de linhas financeiras da corretora, Marcelo Pollak. Quanto aos sinistros, a Willis registrou o volume de 14,19% no primeiro trimestre de 2013, percentual menor comparado ao mesmo período de 2012, que apresentou 15,99% das apólices sinistradas. “Vale ressaltar que trata-se de segmento com elevado número de notificações, ou seja, esse número pode sofrer forte impacto em um curto espaço de tempo”, avaliou Pollak.

Diferenciais

O crescimento de D&O provoca uma disputa no mercado. As seguradoras idealizam produtos com diferenciais, cada qual buscando conquistar espaços. A JMalucelli Seguros tem uma atuação peculiar ao emitir as apólices de forma digital. O procedimento é concluído em uma hora. “Damos ao



Para Gonçalves, Chubb empenha-se para aumentar número de empresas de capital fechado corretor mais agilidade na entrega da apólice ao segurado”, comenta o vice-presidente da JMalucelli Seguros, Nery Silva. O aumento do número de sinistros, desde a criação do seguro D & O, estimulou a procura por parte das companhias, que descobriram um nicho importante para comercialização.

Fomentar estratégias de abrangência no mercado é o foco da Chubb Seguros, que se empenha no sentido de aumentar a quantidade de empresas de capital fechado. “Hoje, essas empresas são as novas compradoras do produto. Mas ainda é pouco explorado no meio, por isso é tão importante trabalhar o principal canal,

o corretor”, comenta o coordenador das Linhas Financeiras da Chubb Seguros, Fernando Gonçalves.

Já para executivos que preferem cobertura individual, independentemente da empresa e com muitas responsabilidades a assumir, o mercado também oferece a cobertura de D&O individual. “Mesmo com pouco tempo de atuação no mercado brasileiro, a Argo Seguros se diferencia com o seguro D&O individual destinado a conselheiros e executivos, levando proteção para a empresa que ele for trabalhar, podendo existir uma co-



Eduardo Pitombeira: seguro D&O individual é destinado a conselheiros e executivos



Na opinião de Edson Toguchi, é preciso propagar ainda mais o conhecimento do seguro D & O

apólice”, expõe o diretor de Linhas Financeiras & Desenvolvimento de Novos Negócios da Argo Seguros, Eduardo Costa Pitombeira.

Se o mercado já consolidou esse produto, também é verdade que ele pode sofrer um processo de expansão nos próximos anos, beneficiando, sobretudo, pequenas, médias e grandes empresas. O seguro evitaria prejuízos ou mesmo a quebra dessas organizações “Temos de propagar ainda mais o conhecimento desse produto e por isso desenvolvemos um trabalho de conscientização junto aos corretores”, comenta o diretor de Grandes Riscos da Allianz Seguros, Edson Toguchi.

Erros cometidos por profissionais também podem ser cobertos

Assim como os executivos estão, de forma paulatina, conhecendo o seguro D&O, há, igualmente, uma leva de profissionais ávida por saber como funciona o seguro de Responsabilidade Civil de Erros e Omissões (E&O). É uma forma de proteção contra problemas decorrentes de erros de projetos de engenharia e perda de prazos ou citações equivocadas nos

processos, entre outras situações. Dados apontam os escritórios de advocacia como os que mais demandam o serviço, seguidos pelas clínicas e das firmas de engenharia e arquitetura.

A apólice de E & O garante indenização a terceiros por danos (inclusive morais) em face de prejuízos causados por falhas do profissional. E mais: garante pagamento de despesas

com honorários advocatícios e custas judiciais ou arbitrais, em caso de ação judicial, ou de arbitragem, decorrentes de erros e/ou omissões profissionais; pagamento pelos prejuízos que possam ser imputados pela perda, extravio, roubo, furto simples ou qualificado de documentos de clientes, quando em posse do segurado para realização dos serviços contratados.

Sucesso é fruto do equilíbrio do corpo e da mente

O CEO da Sistran Informática, Márcio Paes, possui uma carreira profissional vitoriosa e sólida formação acadêmica. Engenheiro de produção formado pela UFRJ, ele soube utilizar bem o conhecimento adquirido, sobretudo em tecnologia da informação, para trazer qualidade à Sistran. “Na maioria das vezes, o ‘segredo’ está na arquitetura de negócios e no controle por meio de processos otimizados”, revela. Paes adora o meio ambiente, adepto da pesca esportiva e mergulhador profissional. Sua filosofia de vida é essa: “É possível mudar, evoluir a cada dia, tentar dar um passo de cada vez, em direção a nossa reforma íntima”.



Márcio exibe, orgulhoso, um legítimo Amberjack, pescado na paradisíaca Ilha de Coiba, no Panamá
amento de Pessoal de Nível Superior.

Seguro Total - Como chegou à atual profissão? Fale sobre sua trajetória.

Márcio Paes – Sou engenheiro de produção formado na Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Fui monitor e responsável temporário pela cadeira de Metodologia do Projeto de Engenharia. Fiz mestrado em Inteligência Artificial na Fundação Coordenação de Projetos, Pesquisas e Estudos Tecnológicos (Coppetec) – área de Inovação Tecnológica e Organização Industrial (Itoi). Também fui bolsista pela CNPQ/Capes - Coordenação de Aperfeiçoa-

Meu grande interesse sempre foi a captura e análise das informações cruciais à gestão do negócio, gerando automação e agilização dos processos decisórios (com adoção de tecnologia de ponta), o que vulgarmente chamamos de sistemas executivos de informação – mais tarde MIS (Management Information Systems) a EIS (Executive Information Systems), BI, BSC e finalmente COM, usando os conceitos de IA (base de conhecimento, motor de inferência e redes neurais).

Seguro Total – O aprendizado foi muito valioso, não?

MP – Sim. Aprendi muito nos muitos anos em que trabalhei na Bradesco Seguros, área do DAI (Departamento de Análise e Informação). Meu papel era de projetar e traduzir os anseios dos usuários em requerimentos factíveis a serem implementados pela TI (antigo CPD). Iniciei aprendendo os fatores críticos dos seguros e indicadores chaves de desempenho, adequando os MIS/EIS às necessidades da presidência. Desenhei e implantei sistemas de tarifação automática, especifiquei o Sistema de GED/IMG para a área de Sinistros de Autos, entre outros grandes projetos até ser o gerente do departamento (que hoje denomina-se Tecnologia do Negócio).

Em 1998 a CPM (atual Capgemini) me convidou para ser o responsável pela vertical de seguros. Por fim, acumulei as diretorias comerciais de Seguros, Finanças e Cartões de Crédito. Como *full service provider*, atendíamos a todas as necessidades do mercado de serviços financeiros.

Em 2005, iniciei minha interação com a Sistran Informática, onde pude

Iniciei a minha vida profissional na área financeira da empresa Furnas. Após seis meses, dada a natureza do trabalho, desisti de ser “funcionário público”. Na sequência, fui contratado como gerente na área de tecnologia do extinto Banco Nacional/Naseg, local onde considero o início da minha carreira.



Executivo empreende viagem de barco às Ilhas Fiji, ao sul do Pacífico

exercitar o modelo aprendido em empresas de maior porte, ajudando a criar o Conselho Diretivo e um modelo de governança corporativa. Sempre me senti “em casa” em uma empresa que respira soluções de negócio para seguradoras, que vão muito além do simples emprego da tecnologia de ponta – por isso mudamos o slogan para *Beyond Technology*. Passei por algumas etapas até me tornar CEO, em 2006. Foi uma “escola” – é como se tivesse feito um “doutorado” em Administração, Finanças, RH, Tributário, e etc.

ST – Em sua opinião, qual o segredo do sucesso no mercado de seguros?

MP – Em minha opinião, o segredo do sucesso é gerar confiança e ser verdadeiro, ter honestidade com os outros e consigo próprio, focando em exercitar suas aptidões de forma eficaz, sempre adquirindo os conhecimentos necessários para exercer a profissão com dignidade, racionalidade, persistência, determinação, sem esquecer-se do prazer em fazer bem feito. É preciso desenvolver a visão estratégica, procurar inspiração a fim de honrar os compromissos de forma a superar as expectativas e saber aproveitar as oportunidades coerentemente também são parte do “pacote”... Igualmente é relevante manter-nos equilibrado (corpo,

cabeça e espírito), investindo na harmonia pessoal e profissional, construindo relacionamentos interpessoais e talvez, por fim, aprender a servir.

ST – Quais os seus planos profissionais e pessoais que pretende concretizar até o final do ano?

MP – Estou em constante processo de reforma íntima, sendo que gostaria de estender a amplitude das ações de apoio pessoal/social que pratico todas às segundas feiras à noite. De forma ideal, dois dias por semana, à noite, seria o meu anseio futuro.

ST – Tem algum sonho que ainda não realizou? Qual?

MP – Enquanto ainda estou relativamente jovem, quero conhecer mais lugares, visitar as ilhas de Seichelles, Maurício e Maldivas e as ilhas Rodrigues e Socotra, além de empreender viagens culturais e gastronômicas pela Indonésia, Tailândia, Laos, Camboja, Vietnam, entre outros países. Quando ficar mais velho, quero conhecer o “velho mundo”, resgatar minhas raízes e história.

ST – Pratica esportes?

MP – Adoro a natureza, sobretudo o mar e os rios. Sou mergulhador experiente. Porém, meu principal hobby é a pesca esportiva, praticando preferencialmente o *catch and release*. Longe do exercício de paciência que é esperar o peixe “vir ao encontro” (visão da vara de bambu, anzol e minhoca, na beira do rio), a mágica da pescaria esportiva está no fato de estabelecer uma estratégia e executar manobras a fim de “criar vida” a um ser inanimado chamado isca artificial. O objetivo é iludir o predador que finalmente ataca e fica momen-



Márcio e Cássia Damaceno em passeio pela cidade de Santa Mônica, na Califórnia (EUA)

taneamente “preso” à linha. Mais do que a força, prevalece a habilidade e estratégia, aumentando a esportividade e o encanto do ato. Outro fator de prazer é saber que, após este momento de adrenalina, o participante mais importante (o peixe) volta para a água, dando continuidade à vida e o seu ciclo de reprodução.

ST – Destaque viagens que considera inesquecíveis.

MP – Viajei e pesquei em alguns lugares paradisíacos no Brasil, como a Amazônia, o Pantanal, Fernando de Noronha, região de Abrolhos, Canavieiras e Praia do Forte, na Bahia. No exterior, destaco a Grande Barreira de Corais (Austrália), Los Roques (Venezuela), Ilha de Coiba (Panamá), além de Japão, Vanuatu, Fiji, Taiti, Nova Caledônia, Nova Zelândia, Eiao, também no Taiti, e outras ilhas do Pacífico.

ST – Qual é a sua filosofia de vida?

MP – “Aqui se faz e aqui se paga”. Logo devemos ser coerentes e “fazer ao próximo o que gostaríamos que fosse feito a nós mesmos”. É possível mudar, evoluir a cada dia, tentar dar um passo de cada vez, em direção a nossa reforma íntima. Meu lema: “Ajudar sempre que possível, perdoar sempre”.



Márcio ministra palestra em evento no Clube Vida em Grupo SP

Produto competitivo e de alcance incomparável



Franchini: foco em estratégias para o crescimento das subsidiárias
Cristiane Pappi

Composta por 47 sociedades corretoras, a Brasil Insurance, a partir desse ano, abre as portas para empresas do gênero, de pequeno porte, que querem fazer parte da sociedade. Os interessados devem ter um lucro líquido anual entre R\$ 1 milhão a R\$ 2,5 milhões. Fundada em 2008, a companhia trabalhava apenas com corretoras de médio porte (lucro entre R\$ 2,5 e R\$ 20 milhões), por tratar-se de empreendimentos estáveis e com vontade de crescer. O anúncio foi feito pelo vice-presidente Fábio Franchini, na sede da Brasil Insurance. Segundo ele, depois que o mercado entendeu o mecanismo de trabalho da companhia, o interesse das demais corretoras em tornarem-se sócias aumentou.

A partir de novembro de 2010, a empresa abriu *Initial Public Offering* (IPO) – abertura de capital na bolsa de valores com oferta inicial de R\$ 650 milhões. “Do montante adquirido, pagamos nos

sos sócios e sobraram R\$ 350 milhões para investimentos”, disse Franchini. A Brasil Insurance passou a focar em estratégias para o crescimento das subsidiárias, além do crescimento orgânico por aquisição.

Levantamentos realizados pela empresa mostra que o mercado possui 20 mil corretoras com lucro de R\$ 1 milhão; 3.500 empresas que geram receita entre R\$ 1 milhão e R\$ 2,5 milhões; e 1.500 corretoras com faturamento acima de R\$ 20 milhões. Desde a oferta pública, quando constatou-se um desejo maior pelos pequenos corretores em participarem da sociedade, a Brasil Insurance estudou a melhor forma de operar com as pequenas corretoras e chegou à conclusão de que seria possível trabalhar com a denominada *funding* – conversão de um débito de curto prazo em débito de longo prazo. “Percebemos que a consolidação dos pequenos corretores é componente muito importante em todos os mercados que já fizeram a consolidação, e o fato de trabalhar com esses empreendimentos aumentam um leque enorme de oportunidades para essa área”, afirma o vice-presidente. Franchini reitera que as aquisições realizadas para entrar na sociedade são pagas 50% em dinheiro e 50% em ações remuneradas após quatro anos, baseado no lucro líquido da cor-

retora. Todas as corretoras continuam a trabalhar de forma independente, e a holding concentra os centros compartilhados de serviços oferecendo maior capacidade técnica aos empreendedores.

Performance

A Brasil Insurance apresentou seus resultados financeiros no primeiro trimestre deste ano. Entre janeiro e março, a receita bruta foi de R\$ 64 milhões, ou seja, um crescimento de 31% em relação ao mesmo período de 2012. O lucro operacional atingiu a marca de R\$ 25 milhões, um avanço de 40% comparado ao primeiro trimestre do ano passado. O lucro líquido ajustado somou R\$ 28 milhões, segundo o critério IFRS (critério contábil), excluindo amortização de ativos intangíveis e imposto de renda diferido, o que representa crescimento de 12,4% em relação a janeiro a março de 2012.

Já o lucro líquido contábil no primeiro trimestre de 2013 alcançou R\$ 27 milhões, expansão de 26,5% em comparação a igual período do ano passado. A comissão nos três primeiros meses foi de 15%, acima dos 14,7% registrados no primeiro trimestre de 2012. A comissão de *cross-selling* atingiu 13,5% entre janeiro e março último contra 9,5% no período anterior de avaliação. Segundo ainda o comunicado, o Conselho de Administração da companhia aprovou a distribuição de dividendos intermediários referentes ao primeiro trimestre no valor de R\$ 0,20 por ação.

Rádio Imprensa FM 102,5

A Grande Jornada pelo
Mundo dos Seguros

Às segundas-feiras, das 7 às 8 horas

Apresentação: Pedro Barbato Filho



Willis Brasil anuncia novo reforço



A Willis Brasil acaba de anunciar Mário Henrique Caminha Cavalcante como o novo chief operating officer (COO) da empresa. Cavalcante terá como responsabilidade as áreas de Operações e Tecnologia. O executivo possui vasta

experiência no setor. Passou por empresas como SulAmérica e Liberty Seguros – onde atuou por mais de cinco e nove anos, respectivamente. É formado em Administração pela UFRJ, com MBA em Gestão de Negócios e Tecnologia da Informação na FGV. Outro anúncio da companhia foi o de Tiago Mateus das Neves, que assume a divisão Affinity no País. O objetivo do executivo é ampliar as linhas de negócios da empresa neste segmento. Antes de ingressar na Willis Brasil, atuou em companhias como o Grupo Sonae / MDS, Banco Financial Português – Caixa Geral de Depósitos S/A e no antigo Unibanco.

Ouvidor e superintendente já assumem na SulAmérica Seguros



Rezende, novo superintendente de Relacionamento Fonseca assume Ouvidoria da SulAmérica

A SulAmérica Seguros apresentou Guilherme Rezende como superintendente de Relacionamento com Clientes da área de Vida e Previdência. O executivo possui mais de vinte anos de experiência profissional nas áreas comercial e serviços, sendo 15 só no mercado de seguros. Seu desafio será o de contribuir com o aumento da participação da área de Vida e Previdência nas receitas da companhia,



entre outras ações.

A SulAmérica também apresentou seu novo ouvidor, Gilberto Fonseca. Ele passa a reportar-se diretamente ao presidente da companhia, Gabriel Portella. Fonseca é farmacêutico, engenheiro químico e administrador. Na empresa desde 1998, atuou em atendimento, treinamento e qualidade, sendo um dos responsáveis pela estruturação da área de Ouvidoria.

Executivo monta consultoria



Desde 1º de abril, o executivo David Santiago comanda a sua própria empresa: a VitPlus Consultoria de Seguros. Santiago foi superintendente de Vida da ACE Seguradora. É membro da Academia Nacional de Seguros e Previdência (Ansp) e foi presidente do Clube Vida em Grupo de São Paulo (CVG-SP). Sua formação acadêmica é em Gestão em Seguros pelas Faculdades Oswaldo Cruz e acumula 30 anos de atuando em seguradoras nacionais e multinacionais.

Novo diretor na Doctors Way



Após atuar na liderança de negociações com clientes de grande porte por mais de duas décadas, André Luiz Villas Bôas e Silva assumiu recentemente a Diretoria de Negócios da Doctors Way, rede profissional exclusiva para médicos. Nos últimos oito anos atuou no segmento de *health care*, prestando serviços para grandes hospitais.



Microseguro cresce 200% na África desde 2008



Voz da Rússia

O cenário do microseguro na África em 2012 é o título do novo estudo da Making Finance Work for Africa e

Munich Re Foundation, apoiadas pelo Banco de Desenvolvimento Africano e mais duas instituições. O estudo aponta que, atualmente, mais de 44 milhões de africanos já utilizam os produtos de microsseguros como ferramentas de gerenciamento dos riscos a que estão expostos.

<http://migre.me/hnTmG>

Unimed investe R\$ 200 milhões em 7 hospitais e na ampliação de 3



A Unimed está investindo R\$ 200 milhões na construção de sete hospitais e na ampliação de outros três. “Precisamos abrir novos hospitais, faz parte do nosso negócio. Não temos como ficar na mão de terceiros, que fazem reajustes de preços enormes. Nas nossas unidades, nós gerenciamos os custos”, afirma o presidente da Unimed do Brasil, Eudes de Freitas Aquino (foto).

<http://migre.me/eSKmG>

Carta de Serviços da Susep é lançada e aperfeiçoa atendimento

Mais uma medida para melhorar o atendimento aos segurados acaba de ser lançada e, desta vez, é de autoria da Superintendência de Seguros Privados (Susep). Conforme previsto no Decreto nº 6.932/2009, o órgão publicou, na edição do Diário Oficial do dia 24 de maio, deliberação que estabelece a Carta de Serviços ao Cidadão. Na foto, o superintendente Luciano Portal Santana.

<http://migre.me/eSKJI>



Caixa Previdência lança plano exclusivo para mulheres

A Caixa Previdência lançou um plano exclusivo para as mulheres. Além de garantir a acumulação de recursos para o futuro e a proteção para a família, o produto Prev Mulher premia automaticamente com R\$ 50 mil as clientes que ficarem grávidas por fecundação natural de gêmeos, trigêmeos ou mais, após a contratação do produto. O produto também garante uma consulta e um exame ginecológico anual às clientes.

<http://migre.me/eSMfG>



JMalucelli inaugura sede em Porto Alegre

O Grupo Segurador JMalucelli inaugura nova sede em Porto Alegre no dia 15 de maio. O objetivo é ampliar a atuação e ganhar mais visibilidade no mercado. A nova sede alia o amplo espaço ao conforto e modernidade para melhor atender corretores e clientes. Na ocasião, será lançado o

JM Empresarial PME, produto voltado ao segmento de comércio e serviços, além de comemorar o 18º aniversário da Seguradora. A nova sede localiza-se na Avenida Carlos Gomes, 222, Bairro Auxiliadora, Porto Alegre.

<http://migre.me/eSKpc>

MetLife Dental.

Agora você vai ter mais motivos para sorrir na vida.



© 2013 PEANUTS Worldwide LLC. MetLifeLife Seguros e Previdência Privada S.A. - CNPJ: 02.102.498/0001-29. O registro desta planilha na SUSEP não implica, por parte da Autoridade, incentivo ou recomendação à sua comercialização. SUSEP: 0835-1. Cad. - 02.000.041-06/2013-04/2015.

ANS Nº 406481

A Metropolitan Life Seguros e Previdência Privada S.A. é afiliada da MetLife, Inc. A MetLife oferece planos odontológicos, seguro de vida individual e em grupo e soluções em previdência complementar individual e empresarial, através do Multiprev – Fundo Múltiplo de Pensão PGBL e VGBL, por meio de corretores, bancos e outros canais. A empresa está presente em 23 localidades e possui 15.000 corretores registrados e mais de 5.000 ativos; 15.500 clientes corporativos, cerca de 5 milhões de clientes e R\$ 115 bilhões de capital segurado.



MetLife®

VIDA • PREVIDÊNCIA • DENTAL

Para mais informações:

- Central de Atendimento (Vida e Previdência) – 3003 Life – 3003 5433 (capitais e grandes centros) – 0800 MetLife – 0800 638 5433 (demais localidades)
- Central de Atendimento / Concierge (Dental) – 3003 3422 (capitais e grandes centros) – 0800 746 3422 (demais localidades)
- SAC – Serviço de Apoio ao Cliente: reclamações, cancelamentos, sugestões e elogios – 0800 746 3420 (24 horas por dia, 7 dias por semana, em todo o Brasil)
- Atendimento ao deficiente auditivo ou de fala – 0800 723 0658 (24 horas por dia, 7 dias por semana, em todo o Brasil)
- Ouvidoria – 0800 746 3420 (segunda a sexta, das 9h às 18h, em todo o Brasil).

www.metlife.com.br

A proteção da sua família
é o nosso maior motivo para celebrar.

ESTE MÊS É HISTÓRICO: COMPLETAMOS UM SÉCULO PENSANDO NO AMANHÃ.

Um século é tempo mais do que suficiente para mudar nações. É tempo para mudar planos, comportamentos, culturas. Mas não é tempo para mudar nossas convicções. Porque é isto o que nos move: nossas crenças e ideais. Há um século, somos movidos pela certeza de que o futuro das famílias pode ser protegido. E é isto o que fazemos desde o princípio, e por isso fazemos tão bem. Aprendemos que você não pode parar o tempo, mas pode assegurar a tranquilidade da sua família no futuro. E quando você tem ao seu lado cem anos de Tradição, Segurança, Solidez e pessoas que amam o que fazem, ele assim será.



100 ANOS