

REVISTA

SEGURO

Ano XV
Nº 140 - 2013
R\$20,00

TOTAL

PubliSeg
Cultura Total

Memórias de um ícone do seguro

Brasileiros contratam mais planos odontológicos

Norton Glabes Labes
presidente da Bradesco Capitalização

10º Encor confirmou estar entre os melhores do País

Já protegemos o seu **patrimônio**

seguro residencial

Já protegemos a sua **saúde**

seguro saúde

Já protegemos a sua **família**

seguro de vida

Já protegemos o seu **futuro**

plano de previdência

Agora também protegemos a sua

identidade

certificado digital



Não abra mão de sua segurança.

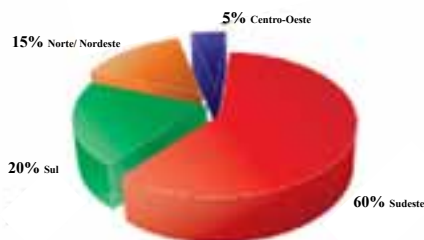
Certificado Digital, só com o seu corretor de seguros.



ICP Seguros

Conheça as corretoras que já fazem parte de nossa rede

www.icpseguros.com.br

EditorJosé Francisco Filho - MTb: 33.063
francisco@revistasegurototal.com.br**Diretor de Marketing**André Pena
andre@revistasegurototal.com.br**Diretor Comercial**José Francisco Filho
francisco@revistasegurototal.com.br**Jornalista**Carlos Alberto Pacheco - MTb: 14.652
pacheco@revistasegurototal.com.br**Repórter**Cristiane Pappi
cristiane@revistasegurototal.com.br**Redação, 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

Conquista do mercado dependerá de conhecimento e criatividade

O 10º Encontro Regional de Corretores de Seguros (Encor) em Porto Alegre demonstrou que a força da categoria já não mais se encontra no eixo Rio-São Paulo. Ao contrário: há um grande movimento em outras regiões, cujo mérito é mostrar à sociedade a importância da atividade de um profissional inserido no contexto de desenvolvimento socioeconômico do País. Temos observado o crescimento da categoria em estados como Pernambuco, Bahia, Paraná, Goiás e Amazonas. Estes juntam-se aos representativos Minas Gerais, Santa Catarina e, evidentemente, Rio Grande do Sul.

Preocupações em relação à conquista do conhecimento, capacitação técnica e atualização tecnológica se tornaram evidentes desde o XV Congresso dos Corretores de Seguros – Conec, em São Paulo, e serão reiteradas neste 18º Congresso Brasileiro dos Corretores, no Rio de Janeiro. Afinal, o profissional perderá espaço no universo de seguros com o canal da internet ou a comercialização de produtos no varejo? Tudo dependerá do grau de esforço e dedicação do corretor ao se adaptar aos novos tempos. Em outras palavras, quem não se “reinventar” nesse mercado, perderá o seu espaço. Esse recado foi transmitido por observadores durante o 10º Encor.

*A Revista **Seguro Total** tem mostrado em suas reportagens que, por enquanto, não há um substituto à altura do trabalho do corretor. Em várias partes do Brasil, o contato “porta a porta”, a presença in loco ajuda a dirimir dúvidas e resolver impasses do cliente são fatores determinantes na concretização do negócio. Contudo, o profissional liberal não pode se dar ao luxo de impor seu estilo de abordagem, fechando os olhos às novas estratégias e à tecnologia que, aliás, faz parte do dia a dia do mercado e do mundo corporativo. Imaginação e criatividade também são imprescindíveis na ampliação da carteira e número de parcerias firmadas com as companhias.*

É fato que o mercado de seguros continuará crescendo em 2014, apesar da economia brasileira sofrer com os mesmos e velhos problemas, sobretudo na falta de investimentos em infraestrutura e o pesado ônus da dívida pública. Somados à alta tributação, não se visualiza um quadro muito favorável para o próximo ano. Ainda assim, o grau de conscientização das pessoas e dos empresários sobre a necessidade de se proteger seus bens deve ganhar força. E os seguros continuarão crescendo, com o respaldo da ação fundamental do corretor.



14

CAPA

A trajetória do presidente da Bradesco Capitalização, Norton Glabes Labes, prova que o trabalho é sinônimo de sucesso.



34

FENACOR

18º Congresso Brasileiro de Corretores aguarda a vinda de até 5 mil profissionais nos três dias de evento.



38

DESTAQUE

Presidente da Federação Nacional de Seguros Gerais (FenSeg), Paulo Marraccini, avalia o atual momento do setor.



30

ESPECIAL SAÚDE

Número de beneficiários de planos odontológicos cresce cada ano e pode ter chegado a 19 milhões.



40

10º ENCOR

Décima edição do Encontro Regional de Corretores de Seguros (Encor), em Porto Alegre, supera expectativas.

SEÇÕES

- 6 Mural
- 12 Tecnologia
- 24 Panorama
- 25 Entidades
- 28 Mercado
- 48 Artigo
- 52 Giro de Mercado
- 54 Planeta Seguro



50

PAPO DE EXECUTIVO

Diretor da Porto Seguro, José Luís Ferreira da Silva, é adepto de minimaratonas (ao centro).



22

CNseg realiza evento sobre mudanças climáticas e desastres naturais no Brasil.

A OPORTUNIDADE
QUE O SEU CLIENTE
ESPERAVA PARA
TER OMINT.

ANS - n.º 35966-1

A Omint desenvolveu uma linha de produtos para atender às necessidades das empresas: um plano com programas de prevenção e promoção de saúde, menores prazos, assistência em viagem internacional e uma rede credenciada com os melhores médicos, centros de diagnóstico e hospitais. Omint Corporate ainda oferece orientação médica por telefone e consulta em domicílio na cidade de São Paulo, inclusive com pediatras. Tudo isso pelo valor de um plano sem nada disso. Conheça o Omint Corporate e entenda por que o nosso maior prestígio é cuidar de você e dos seus clientes.



Prestígio é
cuidar de você.

www.omint.com.br

0800 726 4000

ou (11) 4004-4011

CHEGOU
OMINT
CORPORATE.

Pan Seguros está entre as 50 maiores do ‘Valor 1000’



Macedo: produtos às necessidades dos clientes

A Pan Seguros, empresa do Grupo Pan, está listada entre as 50 maiores da área de previdência e vida no “Valor 1000”, publicação especial do jornal Va-

lor Econômico. Segundo esse ranking, a companhia alcançou a 25ª posição, acumulando R\$ 302,2 milhões em aplicações em 2012, incremento de 41,1% em relação ao mês anterior. Esta variação colocou a seguradora na liderança entre as 20 empresas que mais evoluíram em termos de aplicações, com valores iguais ou superiores a R\$ 200 milhões.

Para José Carlos Macedo, CEO da Pan Seguros, é muito satisfatório ver que a empresa está crescendo a pleno vapor. “Nossos resultados são expressivos, mas ainda há grande oportunidade de expansão nesse setor, independentemente do crescimento da economia nos próximos anos”. Focada no desenvolvimento de seu portfólio, com produtos customizáveis às necessidades dos

clientes, a perspectiva é de a companhia ter crescimento anual por volta de 50% para os próximos três anos e incremento de 20% na rentabilidade.

No início do ano, o banco PanAmericano retomou as atividades da PanAmericana Seguros e empossou o atual presidente-executivo da empresa, José Macedo, que tem passagens pela Aon Affinity e Bradesco Seguros. Na ocasião, ele anunciou a meta de ampliar de R\$ 130 milhões para R\$ 500 milhões o faturamento da seguradora até 2016. A Pan Seguros está reforçando a equipe (contratou no final de julho o executivo Carlos Borges que assumiu a Diretoria Operacional da companhia), desenvolve tecnologias de gestão da operação e prepara-se para competir forte no mercado.

Produtos são adequados às necessidades dos clientes

Cristiane Pappi

A Federação Nacional de Seguros Gerais (FenSeg), em parceria com a Escola Nacional de Seguros, realizou em setembro o 2º Encontro Nacional de Seguro de Linhas Financeiras, no Hotel Renaissance, em São Paulo. O presidente da federação, Paulo Marraccini ressaltou a importância de estimular o crescimento do mercado com produtos adequados à necessidade de cada cliente.

Durante o evento foram discutidos produtos voltados para Responsabilidade de Administradores (D&O); Responsabilidade Profissional (E&O); Responsabilidade de Gestoras de Recursos (EMI). Segundo o diretor da divisão de linhas Financeiras da Willis Brasil, Álvaro Igrejas, a primeira apólice a ser pensada antes de fechar um negócio é o D&O. “O número de apólices

vendidas por mês aumentaram de duas para dez”, comentou o executivo. Dados da Superintendência de



Seguros Privados (Susep) de julho de 2013 apontam um crescimento de 21,9% para o Seguro de Responsabilidade de Administradores. Já para E&O, a arrecadação ficou em R\$ 83 milhões, 22,7% a mais que o mesmo período do ano passado.

O debate sobre “Deveres Fi-

duciários e Responsabilidade Dos Administradores” mostrou que o número de ações de minoritários contra administradores não é grande, levando o caso à Comissão de Valores Mobiliários (CMV). O advogado Marcelo Vieira von Adamek, da Von Adamek, Mordjikian, Kajima, Dal Secco, esclarece que o fato se deve a entraves de lei societária, insuficiência patrimonial de administradores, exoneração de responsabilidade civil ampla e dificuldades de se julgar a responsabilidade civil. O superintendente-geral da CVM, Alexandre Pinheiro afirma que os minoritários, quando sentirem-se lesados, podem formalizar reclamação por e-mail para que possa ser realizada a investigação. Caso constatado o problema, o órgão tomará as decisões cabíveis aos administradores, que podem resultar em multas ou termos de compromisso.

Itaú Seguro Auto Roubo.
O seu cliente é importante demais para não ter proteção sob medida e a um preço acessível.



Indenização de 80% do valor do automóvel com base na tabela FIPE¹
em caso de **roubo ou furto** do veículo².

Garantias extras

A qualquer momento o cliente poderá contratar as garantias Danos Materiais a Terceiros e Danos Corporais a Terceiros no valor de R\$ 25 mil cada uma e Acidentes Pessoais por Passageiro no valor de R\$ 10 mil.

Assistência 24 horas emergencial gratuita³
com guincho limitado a 100 km.

Procure o seu Gerente Comercial.

Itaú. Feito para você.



Pirataria no seguro abre espaço para as fraudes

É preciso evitar a venda de produtos clandestinos ou na “calada da noite”



Indiscutivelmente, o mercado de seguros vive o seu melhor momento. Mas, como em qualquer negócio rentável,

gar até essas entidades. Em parceria com o Ministério Público e a Polícia Federal, a autarquia tem conseguido

pessoas mal intencionadas perpetram fraudes e fazem engordar as estatísticas das vítimas das ações fraudulentas. Em 2012, a Superintendência de Seguros Privados (Susep) conseguiu identificar 300 entidades clandestinas, ou seja, empresas que não estão autorizadas a vender seguros e vivem à margem da fiscalização do órgão responsável. A Susep está investindo em um mapeamento para che-

identificar, investigar e punir os responsáveis por estas seguradoras.

É preciso, contudo, que o cliente tome alguns cuidados. É preciso sempre desconfiar de “corretores” que aparecem na porta da residência com um panfleto com informações sobre o produto. Seguradoras sérias não atuam desta maneira. Antes de contratar um seguro, deve-se ler muito bem a apólice e, se algo não ficou claro, a saída é contar com a ajuda de um profissional. Duas soluções que, ao menos, podem minimizar a atividade clandestina é o fomento à venda de microsseguros e o surgimento de vários corretores especializados em seguros populares, com mensalidades mais acessíveis para as classes C e D. Essas são teses correntes no mercado.

Como a gestão da informação pode impulsionar os negócios



Um colaborador pode perder tempo procurando documentos digitais

A área de seguros está entre os setores econômicos que gera grande volume de documentos. Todos os dias milhares de informações e dados estratégicos circulam dentro nas corporações. Segundo dados da Associação Brasileira das Empresas de Gerenciamento de Documentos (ABGD), um colaborador pode perder duas horas diárias, em média,

procurando documentos digitais e físicos extraviados dentro da própria instituição.

Nos dias 8 e 9 de outubro, o Congresso Internacional de Gestão da Informação e Documentos irá apontar, em São Paulo, como o gerenciamento e a análise ajudam a impulsionar os negócios nas empresas. Serão mais de 20 palestras, painéis e mesas-redondas com nomes de peso. Entre os assuntos a serem discutidos estão o cloud computing, mobilidade, social business, segurança, governança, BYOD (uso de dispositivos pessoais no ambiente de trabalho) e escritórios paperless, entre outros. Informações: (11) 4195-0966.

Investimento em seguros corporativos

A Generali Brasil Seguros passou a oferecer seguro corporativo de grandes riscos no País. Inicialmente, o foco principal da companhia será o seguro empresarial, riscos nomeados e riscos operacionais para pequenas e grandes empresas de diversas áreas de atuação. No primeiro ano de contrato com as resseguradoras, a estratégia da Área de Grandes Riscos da Generali será priorizar a agilidade e qualidade na subscrição dos riscos de indústrias de grande porte sob apólices de Riscos Nomeados e Riscos Operacionais. Os valores determinados são os seguintes: acima de R\$ 80 milhões para riscos industriais e R\$ 120 milhões aos riscos não-industriais, como shoppings, hospitais, hotéis, consultórios, edifícios comerciais, entre outros.

**Não tem jeito.
Pessoas especiais
a gente quer ter
por perto.**

12 de outubro.
Dia do Corretor de Seguros.
Uma homenagem da
Bradesco Seguros.



A Bradesco Seguros não possui qualquer relação com a marca iPhone, que pertence à Apple, Inc.

SAC - Serviço de Atendimento ao Consumidor: 0800 727 9966
SAC - Deficiência Auditiva ou de Fala: 0800 701 2708
Ouvidoria: 0800 701 7000
bradescoseguros.com.br
@BradescoSeguros
facebook.com/BradescoSeguros

 **Bradesco Seguros**
É melhor ter.

Allianz: nova sede e crescimento sustentável



Vicente Tardio, Helga Jung e Edward Lange inauguram simbolicamente a nova sede da Allianz Seguros

Um plano ambicioso foi concretizado no final de setembro. A Allianz Seguros inaugurou a sua nova sede no bairro de Pinheiros, em São Paulo, e presenteou cerca de 350 pessoas com um coquetel. O evento reuniu direto-

res e executivos de seguradoras, corretores e os membros do Conselho do Grupo alemão, Vicente Tardio e Helga Jung, além do próprio presidente da Allianz Seguros, Edward Lange. Na inauguração, marcaram presença quatro gerações de presidentes da companhia: Max Thiermann (2003-2012), antecessor de Lange; Paulo Marracini (2000-2003) e Jean-Marie Monteil (1983-2000). Também vieram para o evento todos os CEOs da Allianz na Península Ibérica e na América Latina (Colômbia, Argentina e México).

Em seu discurso, Lange afirmou que a Allianz pretende ser seguradora de referência do mercado nacional. “Iremos fechar 2013 com 12% de crescimento sobre o ano passado”, garantiu. Em 2012, a companhia auferiu R\$ 3,5 bilhões em prêmios, com 7% de market share em ramos elementares. “Queremos atingir R\$ 6 bilhões em 2015”, afirmou Lange.

Com certificação ambiental e o selo Leadership in Energy and Environmental Design, o prédio possui 16 andares, oito elevadores e amplo estacionamento. No total foram investidos R\$ 50 milhões.

Prevenção sempre será o melhor caminho



Lopes: importância da gestão da saúde das pessoas de forma clara e contínua

A SulAmérica Seguros apresentou recentemente os resultados do IV Estudo Saúde Ativa - Ramos de Atividade Econômica, em São Paulo. Ao todo, a companhia entrevistou 41.366 pessoas que possuem planos de saúde, de variados ramos, durante 2010 e 2012. O estudo foi feito em dez capitais brasileiras e 70% dos entrevistados possuem idade inferior a 40 anos. O setor da indústria de transformação, por exemplo, não apresentou índices desfavoráveis, resultado contrário 20 anos atrás, le-

vando a crer que as empresas passaram a adequar o ambiente de trabalho e investir na conscientização da saúde dos funcionários.

Já o ramo de Transporte teve oito piores índices. “É compreensível se for levado em consideração que esses trabalhadores ficam muito tempo longe dos familiares, dormem na estrada, estão sujeitos a qualquer tipo de violência, as más condições em infraestrutura do país, sedentarismo, tabagismo, entre outros fatores”, explica o vice-presidente de Produtos Saúde e Odontológico, Maurício Lopes.

Segundo o executivo, o Saúde Ativa contribui além da precificação. É importante gerir de maneira clara e contínua a condição de saúde das pessoas, transmitindo informação e prevenção de doenças de maneira sustentável e eficiente. Em 2012, ao todo a SulAmérica investiu R\$ 25 milhões nos programas que integram o Saúde Ativa e de acordo com Lopes, a projeção é de que até o final de 2013 sejam investidos R\$ 35 milhões. *(Cristiane Pappi)*

Associação reelege Luis Vázquez

O atual presidente da Associação Paulista dos Técnicos de Seguro (APTS), Luis López Vázquez, foi reeleito para o cargo em Assembleia Geral Ordinária (AGO), realizada em 9 de setembro, na sede da entidade. Vázquez comandará a associação no biênio 2013/2015. Na ocasião, também foram reeleitos os membros da diretoria Executiva, Carlos Antonio Barros de Moura (diretor-secretário) e José M. Pedreira de Freitas (diretor-tesoureiro). A composição do Conselho Administrativo continuará a mesma na diretoria atual.



Pedreira, Vázquez e Barros de Moura: novo mandato para o biênio 2013/2015

DISTRIBUIÇÃO DE SEGUROS NO BRASIL

O corretor de seguros em dia com os novos tempos

Manuel Matos
Corretor de seguros e
gestor da Rede ICP Seguros



Asociedade mudou e a internet trouxe novas formas de trabalho, relacionamento, negócios, lazer e consumo. O comércio eletrônico de bens e serviços, a forma como o governo atende o cidadão e o próprio movimento de sustentabilidade em todo o planeta forçaram as instituições a uma mudança em direção ao mundo digital. Qualquer profissional precisa se aliar à internet para desenvolver seu negócio, pois é para onde estão indo todos os seus clientes, seus concorrentes mais ágeis e seus fornecedores.

Vislumbro a certificação digital como uma forma de capacitar corretores de seguros para enfrentar o desafio do mundo digital. Atuando como Autoridades de Registro na emissão de certificados digitais para pessoas e empresas os corretores de seguros conquistaram um grande diferencial perante a concorrência acirrada de outros canais de distribuição. Muitos corretores de seguros seguiram esta estratégia e, hoje, dominam o atendimento no mercado de certificação digital de suas respectivas regiões.

Da mesma forma que a certificação digital que tem um modelo no qual a venda se dá online e o atendimento é feito obrigatoriamente na forma presencial, vislumbro o futuro da corretagem de seguro com serviços on-line sendo fornecidos por uma rede física de corretores sempre prontos ao atendimento presencial. O modelo de venda de seguros praticado atualmente através de corretores tende a se aprimorar com o uso de meios eletrônicos e trabalho para que todos esses profissionais, independentemente de porte, localização ge-

ográfica ou faturamento tenham as mesmas oportunidades nesse mundo digital.

Venho trabalhando com as entidades do setor que lideram o investimento na área tecnológica, pela implantação de um modelo que beneficia a todos. As entidades representativas podem fazer muito pelo corretor de seguros, principalmente aquelas que entenderam esse modelo, o valor das novas tecnologias em apoio à categoria e investem nisso, como é o caso do Sincor São Paulo, do Sincor Rio de Janeiro e da Fenacor.

Nessas entidades que abraçaram a bandeira e das quais participo ativamente, defendo uma atuação em prol de todos os associados. A grande meta é poder expandir esses benefícios a todos os corretores de seguros, principalmente aqueles espalhados nos lugares mais longínquos e com maior dificuldade de acesso à tecnologia e capacitação.

Tendo no Brasil cerca de 27 mil empresas corretoras de seguros, que empregam em média quatro pessoas cada, estimamos que a distribuição de seguros no Brasil gere aproximadamente 130 mil empregos diretos. Essa força de trabalho precisa de uma forte estratégia para ser mantida e continuar crescendo para que a venda de seguros e previdência seja feita da melhor maneira e para que haja o desenvolvimento da economia, com emprego e poder de consumo. As tecnologias recentes – internet, comércio eletrônico, certificação digital – são ferramentas para o corretor de seguros fazer o que sabe melhor: atender bem, consolidar relacionamento e evoluir de forma adequada ao seu tempo.

Vantagem competitiva oriunda da telemetria

Saiba implementar o gerenciar a análise avançada de um grande volume de dados



Saponara: Algumas seguradoras já começaram a utilizar a telemetria na sua precificação

O mercado de seguros enfrenta, de forma constante, desafios trazidos pela concorrência e pelo aumento preocupante dos custos de sinistros. Em resposta a tais desafios, as seguradoras de todo o mundo buscam implementar soluções inovadoras como as oriundas da telemática ou telemetria. Por meio de tecnologia wireless, são utilizados dispositivos de gravação e transmissão de dados em tempo real.

A telemática – usada em conjunto com dispositivos tecnológicos – permite às empresas transformar um excepcional volume de dados em uma grande vantagem competitiva. Se, por um lado, esse sistema pode oferecer benefícios importantes às seguradoras, por outro, ele exigirá capacidade para viabilizá-lo. Um dispositivo de telemática transmite um registro de dados a cada segundo. Além disso, as companhias recebem dados a partir de diferentes tipos de dispositivos de telemática. Assim, será necessário implementar o gerenciamento e análise avançada desses dados, tirando, ao máximo,

proveito dos investimentos feitos nesse sistema.

Muito já se escreveu sobre os prós e os contras de usar telemática, e várias seguradoras fizeram um business case (caso de negócio) para a implementação de seguros na indústria automotiva. No entanto, o desafio, invariavelmente ignorado, é a forma de armazenar e analisar essa explosão de dados criados por essas atividades.

Em primeiro lugar, o segurador deve considerar a quantidade de dados de dispositivos de telemática gerados para automóveis. Em cada segundo, um dispositivo de telemática irá produzir um determinado registro de dados. Este registro incluirá informações, como data, hora, velocidade, longitude, latitude, aceleração ou desaceleração (g-force), quilometragem acumulada e consumo de combustível. Dependendo da frequência e duração das viagens, tais registros ou conjuntos de dados podem representar cerca de 5 a 15 megabytes dados anuais por cliente. Uma

base de clientes de apenas 100 mil veículos representa mais de um terabyte de dados por ano.

Em segundo lugar, uma vez que todos os dados são coletados, as seguradoras terão de analisar essa grande quantidade novamente. De acordo com Ricardo Saponara, especialista em prevenção e combate a fraudes em seguradoras do SAS Brasil, por meio da exploração de dados e análise, as seguradoras serão capazes de classificar e mensurar centenas de novas variáveis geradas pela telemática e, assim, desenvolver modelos de precificação altamente precisos. Deve-se avaliar o ‘passado’ de um motorista e prever o comportamento na condução do veículo.

Memória

Nesse cenário, surge uma importante advertência: não será suficiente as companhias disporem de tecnologia convencional de mineração de dados para analisar um novo volume de informações. Devido ao tamanho dos dados de telemática, as seguradoras devem considerar um ambiente de específico, que mostre os resultados de exploração e análise de dados de maneira significativa, mas não excessiva. Para isso, a utilização de soluções baseadas em memória ao invés de disco são altamente recomendadas para ter a capacidade suficiente para se analisar estes dados.

Em terceiro e último lugar, o propósito de utilizar dados de telemática para gerar preços de forma personalizada e fornecer informações com risco significativo parece uma tarefa simples. Na realidade, o objetivo é complexo e requer análi-



ter-se com-
petitivas.

Sobrecarga

O que
pode ser
feito para
superar a so-
brecarga de
dados? As
seguradoras
precisam
implementar
uma estrat-
égia de ge-

suas análises de precificação diver-
sas variáveis do futuro segurado,
como idade, gênero, onde mora, se
tem família e dados sobre o veículo
e histórico do passado de sinistros.
Mas alguns dados cruciais sempre
faltaram, como as perguntas: onde,
quando e principalmente como ele
dirige. Com o advento da telemetria
estas variáveis vão começar a fazer
parte do rol de variáveis que as se-
guradoras vão utilizar para geren-
ciar seus preços e sua carteira.

“Algumas seguradoras ao redor
do mundo já começaram a adotar
os dados de telemetria na sua pre-
cificação e criaram algumas novas
modalidades de comercialização de
seguros: Pague conforme como, o
quanto, quando e onde você dirige”,
explica o especialista do SAS.

Além de se obter exatamente o
perfil de condução, poderá ser co-
brado o prêmio e ajustá-lo posterior-
mente, gerando possíveis reduções
ou bonificações caso o segurado di-
rija de uma forma cautelosa, em re-
giões de baixo índice de roubo, por
pequenas distâncias ou somente aos
finais de semana.

Redução de fraudes

Saponara comenta que, com a
vantagem de se saber exatamente
o comportamento e os movimentos
do veículo, informações falsas ou
erradas na proposta, a inversão de
culpa e a autofraude serão facilmen-
te evitadas com o uso correto destas
informações.

ses de alto desempenho. A veloci-
dade advinda de grandes volumes
de dados, sobretudo decorrente de
telemática, pode ser muito difícil
de gerir. A capacidade de acessar
e processar rapidamente diferentes
velocidades de dados é crítica.

Em um setor como o de seguros,
a adoção da telemática pode pare-
cer muito complexa. Mas, ela tem
o poder de transformar a maneira
como as seguradoras operam e vem
cada vez mais conquistando adeptos
desta nova tecnologia. Estas empre-
sas percebem as enormes vanta-
gens competitivas nas inovações e
detectam seus benefícios. A coleta,
armazenamento e análise de dados
telemáticos são fundamentais para
o sucesso desses programas. Como
a telemática ainda está em sua in-
fância no Brasil, as seguradoras ain-
da têm tempo para avaliar as suas
necessidades e implementar as tec-
nologias que irão ajudá-las a man-

renciamento de informações. A es-
tratégia deve fornecer um ambiente
unificado de soluções, ferramentas,
metodologias e fluxos de trabalho
para gerenciar os dados de telemá-
tica como um ativo núcleo. Esse
procedimento é composto de quatro
componentes principais:

1. Integração de dados: melhorar
o fluxo de informações telemática
precisas em toda a organização;
2. Qualidade dos dados: assegu-
rar a integridade e excelência das
por meio da gestão do ciclo de vida
da qualidade dos dados;
3. Acesso a dados empresariais -
gerenciar o acesso e utilização dos
dados em toda a empresa;
4. Gerenciamento de dados: criar
uma visão única, precisa e unifica-
da de todos os dados de telemática.

Precificação

Segundo Saponara, tradicional-
mente as seguradoras utilizam para

Como o SAS pode ajudar?

“Nossas soluções de alta per-
formance e processamento em me-
mória já são utilizadas por várias
seguradoras na identificação de
quais são as variáveis importantes
para as construções dos modelos

de precificação” comenta Saponara.
“Outras soluções específicas para
resolver algumas problemáticas de
negócio como Detecção de Fraudes,
Abusos e Desperdícios, Customer
Intelligence e Gerenciamento e Cál-

culos de Riscos também são am-
plamente utilizadas e tem se de-
monstrado eficazes, trazendo um
alto retorno sobre o investimento
para as seguradoras”, finaliza o
especialista da companhia.

A middle-aged man with short, dark hair, smiling slightly, wearing a grey suit jacket, a light blue striped shirt, and a blue patterned tie. He is standing outdoors in front of a background of trees and foliage. The text is overlaid on the right side of the image.

**“Só o
trabalho
produz
riqueza”**

**Conheça a trajetória do
profissional com mais de meio
século de bons serviços prestados
ao mercado. Ele é presidente da
Bradesco Capitalização,
Norton Glabes Labes**

Carlos Alberto Pacheco

Em 1961, Jânio Quadros iniciou seu meteórico mandato como presidente da República, consagrado nas urnas com 5,6 milhões de votos. Mas sua renúncia, em 25 de agosto, iniciou uma crise política até resultar no Golpe Militar de 64. Como os economistas previam, a inflação acumulada iniciou uma escala progressiva a partir de 1960, quando atingia 25,4% ao ano. No princípio daquela década, o sistema financeiro nacional vivia um processo de concentração bancária, com a criação da Superintendência da Moeda e do Crédito - Sumoc (precursora do Banco Central) e do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico, hoje, BNDES. O então Banco Brasileiro de Descontos, fundado em 1943 na cidade de Marília (SP), já despontava como o maior banco privado no Brasil e inaugurava uma etapa de modernização dos seus serviços.

Esse era o cenário em que o menino Norton Glabes Labes iniciava uma carreira de sucesso nas Organizações Bradesco. Descendente de alemães, Norton começou como aprendiz de contínuo aos 13 anos na agência Central – Rua Quinze de Novembro, antiga matriz do banco, próxima à movimentada Praça Antonio Prado, em São Paulo. “Precisei obter autorização do Juizado de Menores para poder trabalhar na função”, recorda ele. Sua trajetória vitoriosa o levou à posição de presidente da Bradesco Capitalização. Norton soma 52 anos de bons serviços prestados ao grupo.

O executivo lembra que, em 1961, a instituição possuía cerca de 200 agências e algo em torno de 5 mil funcionários. O Bradesco deti-

na ainda o espírito do interior paulista, intitulado como “o banco dos caipiras”. Mas, indubitavelmente, uma potência entre seus concorrentes. E o que fazia o adolescente Norton na agência? “Eu levava café para o meu chefe e executava serviços nos correios, entre outros serviços”, lembra. Norton se orgulha de ter aprendido com várias lideranças como ser disciplinado, de se vestir bem, de colocar a gravata, de se portar perante o cliente e de respeitar a hierarquia bancária. A vida não era fácil para o jovem aprendiz, pois o trabalho e o estudo ocupavam boa parte de seu tempo. Os rapazes de sua idade dificilmente trabalhavam e frequentavam a escola ao mesmo tempo. Portanto, Norton se diferenciava dos demais. Na classe onde estudava, ele era o único aluno que não precisava envergar um uniforme. “Eu obtive uma autorização para não usá-lo. Afinal, eu saía um pouco antes do final das aulas e já ia direto com ‘terninho’ e gravata ocupar meu posto na agência”, narra Norton, como se estivesse visualizando a cena.

O menino teve “professores” excepcionais, um privilegiado na aceção da palavra. Aprendeu o universo daquela importante instituição financeira e a valorizar o trabalho com dirigentes do quilate do fundador Amador Aguiar e de Lázaro de

Mello Brandão, presidente do Conselho de Administração do Bradesco. “Eles me ajudaram a crescer profissionalmente e ser uma pessoa de bem”, afirma, emocionado. Norton também aprendeu com seus inúmeros chefes a ser responsável em suas atribuições e cumprir rigorosamente a função.

Já em 1962, o rapaz foi promovido, passando a ser contínuo. Ele foi uma das testemunhas oculares do processo de automação do banco. O Bradesco foi a primeira instituição financeira a utilizar computadores para administrar os negócios. A máquina, um IBM 1401, com 4 kbytes de memória, trouxe eficiência. Com rapidez impressionante para a época, a IBM fazia toda a contabili-



Norton teve “professores” como Amador Aguiar e Lázaro Brandão



dade, controlava as operações de conta-corrente, empréstimos e os registros dos acionistas. Também em 62, Norton lembra a inauguração do Grupo Escolar Embaixador Assis Chateaubriand na Cidade de Deus, em Osasco, sede da organização. Com sete professores e 300 alunos, a unidade foi a primeira da Fundação São Paulo de Piratininga, hoje, Fundação Bradesco.

Mais aprendizados

Aos 14 anos, o contínuo angariava mais aprendizados. Desde então, não fuma, não bebe e jamais ocupou sua mente com coisas “fúteis” ou envolveu-se em farras. “As pessoas com as quais eu me relacionei só pensavam no trabalho. Eu herdei essa maneira de ser”, explica. Ao longo de sua trajetória, Norton conviveu com superiores bondosos e alguns de índole perversa, como toda a empresa, enfim. “Havia chefes que me obriga-

vam a trabalhar mesmo doente, com ameaças de demissão, caso eu não cumprisse a ordem. No ambiente de trabalho eu vi muitas injustiças”, revela. Essa é outra lição. “Mais experiente, quando o profissional passa por esse tipo de situação, ele sabe distinguir atitudes boas e más, sobretudo porque sofreu com a perversidade alheia”, recomenda.

Norton coleciona experiências fantásticas. Mesmo sendo aprendiz de contínuo e, depois, contínuo, ele sempre gostou de trabalhar, não importa a função. Primeiro, a vontade de mostrar serviço e depois surge a preocupação em ganhar bem – exatamente nessa ordem. “Se o funcionário gostar do que faz e se harmonizar com o ambiente de trabalho, a carreira dele irá decolar”, acredita. E emenda: “Há pessoas que pensam ser difícil surgir oportunidades num banco que possui 105 mil funcionários. Ledo engano: numa grande em-

presa sempre haverá oportunidades, desde que haja dedicação ao trabalho e metas bem delineadas. Essa é a receita que passo à minha equipe da Bradesco Capitalização. E numa organização de peso como essa, quem não gosta do que faz, pode perfeitamente mudar de departamento”.

Rapidamente, o jovem passou de contínuo à função de caixa. No cargo, ele atuou por três anos. Utilizou uma estratégia na época em que era contínuo, ou seja, se destacar na atividade. Ele se esforçou para ser o melhor caixa da agência, atendendo bem tanto o seu superior, como o cliente. Não precisa ser ‘puxa-saco’, ao contrário: atendia as demandas com esforço e competência. Norton corria atrás do “pódio”, ou seja, ser o melhor caixa de toda equipe. Tal dedicação foi devidamente recompensada ao longo da carreira. Há um lema na vida desse homem que faz parte da história da organização: “Só o trabalho produz riqueza”.

Com uma trajetória recheada de promoções é natural que surjam propostas de outras instituições financeiras. Norton recebeu convites tentadores. Ele foi procurado por alguns bancos, que lhe ofereceram bons salários. Mas o executivo recusou. Ele explica: “Há situações na vida que você passa por momentos de carência; às vezes nem tudo acontece da forma que nós gostaríamos. Passa pela cabeça uma dúvida em aceitar ou não o convite. Consulte minha consciência e percebi que não poderia virar as costas para uma organização que me ensinou tudo o que sei hoje”. Por ironia do destino, a maioria dos bancos com interesse no “passe” de Norton fechou as portas. “A presença de Deus se fez presente”, concluiu.

O presidente da Bradesco Capitalização trabalhou no setor bancário por 35 anos. Por ironia do destino, Norton voltou após alguns anos a comandar a agência da Rua XV de Novembro. Ele lembra que se tornou exemplo para os demais funcionários. “Eu sou uma geração da ‘velha guarda’, de honrar o banco em todos os momentos e de amar o País, mesmo em situações difíceis”, declara. O executivo

formou-se em Direito e possui pós-graduação em Recursos Humanos. Chegou a ocupar o posto de diretor regional, lembrando-se sempre das lições que aprendeu dos seus antigos chefes.

Em 1998, Norton foi transferido para a Bradesco Capitalização como diretor. “Essa foi outra grande oportunidade na carreira. Até então eu só conhecia a rotina bancária e mal sabia o que era uma seguradora”, confessa. E com a mesma confiança e determinação de outrora, ele rapidamente entendeu como funciona o setor. Na época, a Bradesco Capitalização ocupava o quarto lugar



no ranking empresarial. Em menos de um ano, a companhia galgou a liderança. “Hoje, nós somos a segunda maior empresa de títulos de capitalização no País”, orgulha-se.

O pensamento de um ícone do seguro

Pioneirismo do banco

O Bradesco sempre foi pioneiro em tudo. Exemplos: a organização trouxe a modernização tecnológica, introduziu a educação financeira na sua base de clientes, o processo de carreira fechada e a aplicação de normas no sistema bancário.

Bradesco e o mercado financeiro

O mercado brasileiro é um dos mais eficientes do mundo. Enquanto nos Estados Unidos a compensação de um cheque entre estados pode demorar

até um mês, aqui o processo é muito mais rápido. Os banqueiros internacionais vêm ao Brasil para aprender sobre o nosso sistema de trabalho.

Mercado de capitalização

Estamos vivendo um momento extremamente favorável às empresas que operam a capitalização. O público está conhecendo cada vez mais os produtos. Tempos atrás, havia muitas dúvidas a respeito dos títulos, considerados como o ‘patinho feio’ do mercado. Hoje, essa realidade mudou.

Bradesco Capitalização

A companhia exibe uma carteira segmentada de produtos, cujo público-alvo abrange desde o cliente mais simples até o grande empresário. Em 1994, com a estabilização da moeda, a capitalização tornou-se um negócio ainda mais atraente, com taxa média de crescimento anual de 15%. Estamos ocupando um importante lugar no mercado ao oferecer gama variada de títulos para correntistas e não correntistas. Nosso objetivo é inovar cada vez mais.

Produtos possuem forte apelo socioambiental



Inspirado nos ideais de Amador Aguiar – um dos seus mestres nas Organizações Bradesco – Norton e sua equipe idealizaram títulos de capitalização com forte alcance social. “Amador inaugurou a Fundação Bradesco como forma de contribuir à educação do Brasil. Mesmo não tendo condições de cursar uma faculdade, ele era um homem de inteligência fora do comum. Após construir um império, aos 60 anos, sua primeira medida foi a de fundar uma instituição que levasse saúde e ensino às crianças pobres. Repito: uma bela contribuição ao País”, reconhece.

Na Bradesco Capitalização, Norton decidiu lançar, em 2004, um produto que fosse de valiosa ajuda à atividade de uma organização não governamental ou instituição séria. E, com o respaldo do então presi-

dente da Bradesco Seguros, Luiz Carlos Trabuco Cappi (hoje preside o Grupo Bradesco), lançou o primeiro título socioambiental, o “Pé Quente Bradesco Mata Atlântica”. Segundo Norton, “essa é uma experiência maravilhosa, pois permite contribuir com uma causa nobre, sem perder a lucratividade do produto”.

Há dois aspectos a serem considerados nessa iniciativa, de acordo com o executivo. Em primeiro lugar, o cliente tem inte-

resse em contribuir, mas não sabia como. E esse título atraiu o interesse. Segundo, o funcionário do banco prefere comercializar produtos com apelo ambiental por meio do reflorestamento. “Graças a esse título, foi possível disponibilizar uma verba para o plantio de mais de 25 milhões de mudas nativas em todo o País”, destacou. Além disso, o cliente, ao adquirir o produto, contribui com os projetos de conservação ambiental da ONG.

Norton mencionou também o título “Pé Quente Bradesco Instituto Ayrton Senna”, cuja arrecadação é destinada aos programas educacionais da instituição. O instituto atua na criação de oportunidades para que crianças e jovens desenvolvam os seus potenciais, por meio de uma educação para o desenvolvimento

humano dentro e fora da escola.

Uma terceira iniciativa foi o “Pé Quente Bradesco O Câncer de Mama no Alvo da Moda”, fruto de parceria com o Instituto Brasileiro de Controle do Câncer. “Com os recursos obtidos desse título, estamos conseguindo ampliar a capacidade de atendimento do hospital do IBCC. Lá o serviço oferecido é de primeiro mundo”, comenta Norton.

O presidente da Bradesco Capitalização fala também com orgulho do título “Pé Quente Bradesco Amazonas Sustentável”, pois trata-se de preservação de um dos biomas mais importantes do planeta. Parte do valor arrecadado é destinada a projetos de preservação da Amazônia da Fundação Amazonas Sustentável. “Vale mais você cuidar de uma árvore do que vê-la deitada”, ressalta. A companhia é uma das entidades mantenedoras do “Bolsa Floresta”, programa de pagamento por serviços ambientais que atua em 15 unidades de conservação do Amazonas. Atualmente beneficia mais de 36 mil pessoas, distribuídas em 541 comunidades. Hoje sua área de atuação corresponde a 10 milhões de hectares.

E, por último, Norton ressalta o “Pé Quente Bradesco Projeto Tamar”, lançado em 2011, título que contribui com a preservação das tartarugas marinhas. Essa é mais uma iniciativa que emociona Norton. “Uma tartaruginha recém-nascida é lançada mar adentro. Nesse ambiente, ela encontra alimento e proteção. Após um determinado período, ela retorna ao local de desova, garantindo local adequado à incubação dos ovos e o nascimento dos filhotes”, explica. Norton revela que o título já propiciou a salvação de muitas espécies.

Setor já advertia sobre desequilíbrios do clima

Indústria de seguros foi pioneira em apontar os perigos dos desastres ambientais

Divulgação/CNseg



Da esquerda para a direita: José Marengo, Carlos Nobre e Tadashi Ogura: catástrofes à vista

Da Redação

O auditório da Academia Brasileira de Ciências (ABC), no Centro do Rio de Janeiro, reuniu cerca de cem pessoas, entre lideranças do mercado de seguros, especialistas em previsão e prevenção de eventos climáticos e representantes do setor público, para uma reflexão profunda sobre o tema “Mudanças Climáticas e Desastres Naturais no Brasil: Desafios e Oportunidades para o Setor de Seguros”. Emergiu, ao final do encontro, uma opinião unânime: será necessária a formação de parcerias de caráter pluridisciplinar que consigam reduzir perdas materiais e de vidas decorrentes de catástrofes ambientais. O público reuniu-se em seminário promovido pela ABC e Associação de Genebra, com o apoio da Confederação Nacional das Seguradoras – CNseg.

O presidente da ABC, Jacob Palis, pregou a união – às vezes conflitante – entre o conhecimento e o capital. Essa, em sua opinião, seria um exemplo de parceria que contribuiria para dirimir dúvidas e incertezas sobre as alterações no clima. O secretário de Políticas e Programas de Pesquisa e Desenvol-

vimento do Ministério da Ciência Tecnologia e Inovação, Carlos Nobre, enalteceu o papel da indústria de seguros por ter a iniciativa de alertar sobre os perigos iminentes advindos dos desequilíbrios climáticos. Enquanto, isso o governo dormia em berço esplêndido. Para Nobre, o segmento segurador erigiu a bandeira ambiental, ao procurar a mitigação desses riscos, colocando-se na “vanguarda dos debates para que outros setores entendam a gravidade dos danos potenciais à espreita”.

O secretário geral e diretor de Gestão da Associação de Genebra, John Fitzpatrick, revelou que, na pauta da entidade, o debate das mudanças climáticas é prioritário. A diretora executiva da CNseg, Solange Beatriz Palheiro Mendes, e o vice-presidente da Federação Nacional de Seguros Gerais (FenSeg), Carlos Alberto Trindade, lembraram um desafio no horizonte: a definição de uma estratégia de precificação adequada em face dos riscos oriundos dos graves desequilíbrios ambientais. E quais seriam esses modelos? Resposta: cálculos matemáticos para fixação dos prêmios, com a incorporação de novas variáveis. “Essa modelagem que

incorpora informações novas e qualitativas, avaliando seus impactos nos sinistros, é uma realidade nos seguros de saúde e de automóvel”, lembrou Trindade.

Riscos em áreas metropolitanas

O futuro é sombrio: as regiões metropolitanas das grandes cidades são alvos preferenciais de inundações. São Paulo e Rio de Janeiro. Duas cidades com históricos de grandes enchentes desde o início do século 20. No painel “As Causas e a Extensão das Catástrofes Climáticas no Brasil”, o chefe do Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais (Inpe), José Marengo, e o pesquisador do Laboratório de Riscos Ambientais do Instituto de Pesquisas Tecnológicas do Estado de São Paulo (IPT), Agostinho Tadashi Ogura, apresentaram projeções de riscos de dilúvios em áreas metropolitanas ou deslizamentos em regiões serranas.

Atenção: se nada for feito para, ao menos, atenuar a “tragédia anunciada”, haverá a possibilidade real de colapso da infraestrutura. Indústrias de porte e empreendimentos privados atuam nessas regiões e sofrerão os danos das intempéries. Nobre, lembrou, contudo, que a adoção de plano de prevenção de desastres pode reduzir até 80% das mortes e 35% em relação às perdas da infraestrutura. De qualquer maneira, políticas de adaptação às variações climáticas precisam ser adotadas logo, pois seu adiamento implicará em custos pesados. É preciso ir além: sair do discurso e ir à prática antes que sobrevenha o holocausto natural.

Pintura ecologicamente correta e mais eficiente

Nova tecnologia trouxe ganhos socioambientais para os parceiros e segurados



Auto Aftermarket News

Repintura à base de água utiliza 90% menos solvente

Prêmio Antônio Carlos de Almeida Braga. Trabalho: Projeto Tinta à Base d'Água SulAmérica de Repintura Automotiva em Oficinas Referenciadas (resumo). Autores: Kleber Lopes e Lívia Prata

O projeto “Tinta à Base d'Água SulAmérica” surgiu em 2008 quando uma equipe da área de automóveis se deparou com informações sobre a utilização, na Europa, de uma linha de tintas de repintura automotiva que utilizava água em sua composição em substituição aos solventes, normalmente utilizados na fabricação de tinta de repintura automotiva. A tinta à base d'água foi desenvolvida nos anos 90 e utiliza 90% menos solvente em sua composição do que as tintas comuns, diminuindo a emissão de COVs (compostos orgânicos voláteis) na atmosfera e tornando-se uma das tecnologias mais avançadas do mercado mundial.

Em fevereiro de 2008, entrou em vigor a lei federal nº 11.762 que restringe o uso de chumbo em tintas imobiliárias para menos de 0,06% do peso do produto. Os fabricantes tiveram seis meses para se adaptar à norma e, hoje, nenhuma grande marca leva o metal em suas fórmulas. A partir dessa extensa pesquisa e levantamento das tendências mundiais e nacionais, a equipe entrevistou e classificou os quatro maiores fabricantes de tintas e vernizes

globais – Basf, PPG, Du Pont e Akzo Nobel, identificando que o mais preparado para implantar o projeto na época e que atendia todas as expectativas da SulAmérica era a Basf.

Alinhado a estratégia da companhia de expandir os Centros Automotivos de Su-

per Atendimento (Casas) incorporando os serviços pioneiros e inovadores no reparo de veículos de segurados, decidiu-se que o projeto iniciaria com as oficinas referenciadas que atendem estes Centros. Após analisar os impactos e benefícios econômicos, sociais e ambientais do projeto, a SulAmérica decidiu incluir a tecnologia de repintura automotiva no rol de serviços de reparação de veículos, entendendo a importância da preservação da saúde e do meio ambiente, associada a maior agilidade e rentabilidade nos negócios.

A meta principal do projeto é incentivar as oficinas parceiras da SulAmérica (1.103 oficinas credenciadas no Brasil) a migrar da atual tecnologia de pintura com tintas à base de solvente para uma tecnologia ecologicamente mais eficiente conhecida como tinta à base d'água. Além disso, o projeto buscou aliar a melhoria nos processos das oficinas referenciadas para gerar a redução dos prazos de reparação e das despesas derivadas deste processo. Essa nova tecnologia trouxe também ganhos socioambientais para os parceiros e segurados, além dos habitantes do entorno destas oficinas.

A Basf investiu dois anos no desenvolvimento de um banco de cores que abrange todas as cores utilizadas na fabricação de veículos dos últimos dez anos. No início do projeto, em março de 2009, tínhamos 32 oficinas creden-

ciadas. Essas oficinas repintaram mais de 26,4 mil veículos, o que representa uma redução de mais de 31 toneladas de COV7. Em 2011, a SulAmérica passou a permitir que as oficinas utilizassem tintas de outros

fabricantes, uma vez que a maioria deles conseguiu avançar na implantação dessa tecnologia e passou a oferecer o produto como um diferencial.

O projeto tem dois principais benefícios: o ganho de produtividade e a redução dos impactos socioambientais no processo de reparação de veículos. A produtividade é um dos fatores chave da migração da tecnologia de tintas à base de solvente para tinta à base d'água, uma vez que essa mudança de tecnologia acelerou o processo de entrega dos veículos e as mudanças exigidas melhoraram a eficiência do processo, reduzindo também o desperdício de material.

Hoje, os clientes estão cada vez mais informados e conscientes da importância de seu papel como precursor da inclusão de produtos menos agressivos ao meio ambiente. O impacto na mudança comportamental dos reparadores de veículos foi muito positivo. Atualmente, todos entendem que o mercado e o mundo estão passando por um momento de transformação e que somente aqueles que puderem oferecer um serviço de qualidade em tempo apropriado estarão preparados para atender a essas novas demandas.

Um dos resultados dessa transformação foi que, com a entrada dessa nova tecnologia no mercado de repintura automotiva e sua consequente valorização e exposição, vários fabricantes iniciaram a implantação de tintas à base d'água. O projeto conseguiu atingir esse objetivo com o engajamento de parceiros de negócios e a aprovação de nossos clientes.

Boas práticas ambientais começam dentro de casa Empresa agrega valor ambiental ao seguro, valorizado pelo consumidor

O Tempo



Serviço de Descarte Inteligente já coletou mais de 60 toneladas de itens, entre móveis, eletroeletrônicos e eletrodomésticos

Prêmio Antônio Carlos de Almeida Braga. Trabalho: Seguro Residencial Itaú com Serviços Ambientais (resumo). Autor: David Pereira da Silva

A discussão sobre a incorporação da questão ambiental no Seguro Residencial Itaú começou em 2008, antes mesmo da integração entre o Itaú e o Unibanco. Já naquela época, a seguradora do Unibanco planejava criar um produto verde. A ideia inicial era adotar uma estratégia de neutralização de CO₂. Em 2009, a associação das seguradoras Itaú Unibanco e da Porto Seguro, fortaleceu a percepção sobre a necessidade de aproximar o produto do dia a dia do cliente, abrindo as portas para o desenvolvimento de um novo conceito ambiental para o Seguro Residencial. Além disso, a Porto Seguro incorporou à missão da empresa a responsabilidade social e ambiental.

Para isso, o primeiro passo foi ouvir o cliente. Uma pesquisa realizada em 2009 pela área de produtos constatou que as pessoas não costumavam adquirir o seguro residencial por seu principal atrativo, a proteção de sua casa ou apartamento. A pesquisa mostrou, ainda, que o cliente nem sempre compreendia todas as coberturas e benefícios a que tinha direito, fato esse que contribuía fortemente para que este tipo de

seguro apresentasse uma taxa de cancelamento, na renovação, superior às das demais modalidades.

Estava aí uma oportunidade para aprimorar a relação do cliente com a organização, com serviços que atendessem às suas necessidades, contribuíssem para a transparência no processo de contratação e que aumentassem sua satisfação. Serviços ambientais foram lançados em novembro de 2011, criando as condições e apoiando o cliente na tomada de iniciativa e na adoção de boas práticas dentro de casa.

O objetivo era encontrar um caminho para agregar valor ao produto e aproximá-lo das necessidades do cliente e da sociedade. A iniciativa é inovadora: a empresa agrega valor ambiental ao seguro, dentro das condições de compra e do perfil de consumo do brasileiro, e os benefícios são oferecidos ao cliente sem custo adicional como parte integrante do Seguro Residencial Itaú, pois o cliente valoriza produtos com viés socioambiental, mas nem sempre está disposto a pagar mais por isso.

Para que a iniciativa seja bem-sucedida, a seguradora conta com um parceiro especializado, que atua dentro dos princípios do desenvolvimento sustentável. A empresa, que atua no segmento consultoria ambiental e de logística reversa residencial, possui todas as certificações necessárias para assegurar a correta manipulação, destinação e tratamento de resíduos. A empresa mantém uma equipe dedicada ao atendimento dos clientes do Seguro Residencial Itaú.

Internamente, as áreas de Marke-

ting e Sustentabilidade entraram com embasamento técnico para o projeto, contribuindo na criação do conceito do serviço e na comunicação externa. Com o foco de estimular os segurados a se engajarem e assumirem seu protagonismo na questão ambiental, eles tem de ligar para obter orientações, agendar a retirada de objetos ou buscar apoio para a reforma ou construção ecoeficiente.

Desde o lançamento em novembro de 2011, já foram atendidas 2,5 mil ligações de todo o Brasil. Foram registrados mais de 35 mil acessos ao site. Cerca de 10 mil pessoas fizeram o teste sobre seus comportamentos no site. O serviço de Projetos Ecoeficientes, para adaptar residências de acordo com as boas práticas da arquitetura bioclimática já atendeu mais de 134 pessoas. O serviço de Descarte Inteligente (Logística reversa) já coletou mais de 60 toneladas, esse número corresponde mais de 2.310 itens entre móveis, eletroeletrônicos e eletrodomésticos, contribuindo para que os cidadãos adotem práticas ambientalmente corretas em suas casas.

Os clientes recebem ainda informação sobre o impacto no ambiente e no bolso, como a redução de 20% do consumo da geladeira ao substituir a borracha de vedação esgastada. Por manter o freezer limpo e arejado, por exemplo, a queda no consumo do aparelho é de 15%. Outras dicas simples lembram sobre a importância de regular a temperatura do chuveiro quando o tempo esquenta, sugerem a instalação de redutores de vazão nas torneiras (a queda no consumo chega a 50%) e a troca dos perigosos benjamins por filtros de linha, que reduzem o risco de curto circuito e queima de aparelhos, além de economizarem energia quando desligados.

Willis Brasil divulga estudo inédito sobre seguro

Estados Unidos são pioneiros no desenvolvimento de leis e regulamentos



Igrejas: Seguro ambiental não é estático; está sempre evoluindo a cada cenário

Carlos Alberto Pacheco

Enquanto os Estados Unidos possuem apólices de seguros ambientais desde 1980, o Brasil registrou suas primeiras em 2004. Essa foi uma das revelações do evento “Danos Ambientais: Responsabilidade Civil das Empresas, Desafios e Soluções de Transferência de Riscos”, promovido recentemente pela Willis Brasil – corretora ligada ao Willis Group – em São Paulo. Trata-se da segunda edição do programa Willis Risk Seminars, que reúne nomes expressivos do setor, entre os quais a especialista em Gestão Ambiental pela Universidade Estadual de Campinas (Unicamp), Eliane Poveda, e advogado e autor de livros sobre seguros e resseguros, Walter Polido.

O destaque do seminário foi a apresentação feita pelo diretor da Divisão de Linhas Financeiras da Willis, Álvaro Igrejas, de uma pesquisa inédita que mostrou o desenvolvimento dos riscos ambientais em diversos países. “O seguro ambiental não é estático; ele está sempre evoluindo a cada cenário

e localidade e existe para ser trabalhado de forma preventiva para ajudar indústrias e empresas de todo o mundo”, ponderou Igrejas.

O estudo apontou algo que todos já previam: países como Estados Unidos são

pioneiros no desenvolvimento de leis e regulamentos, cuja discussão teve início desde a década de 80. Naquele país existem mais de 40 companhias que implementam formas de riscos ambientais. A contratação é obrigatória para quem operam com o tratamento, armazenamento e eliminação de resíduos perigosos. De acordo com Igrejas, “a legislação norte-americana sempre foi rigorosa e por isso os Estados Unidos são modelos de referência para o mercado de seguros mundial”. Em sua análise, os seguros ambientais são uma ferramenta de remediação aos riscos dessa natureza, importantes para as empresas que apresentam uma política definida de prevenção.

Argentina e China

Além dos Estados Unidos, União Europeia, Argentina e China também se destacam, mas por outras razões. A Diretiva de Responsabilidade Ambiental na União Europeia tem aplicabilidade nos 28 países com o objetivo de incentivar investimentos em prevenção de danos, por exemplo. E cada legislação

é tratada “país por país”, em razão das especificidades de cada um.

Na Argentina, a Resolução 177 existe apenas desde 2007 e regulamentou pontos da Lei Nacional do Meio Ambiente (2002). Apesar de ser obrigatória a contratação do seguro para as atividades manufatureiras, ligadas à agricultura, caça, silvicultura, mineração, produtos químicos, máquinas e equipamentos, entre outras. Segundo o estudo, não houve interesse das seguradoras locais em operar com esta modalidade.

Já a China foi a última potência emergente a “acordar” para as questões ambientais. Somente em fevereiro último, o Ministério de Proteção Ambiental e a Agência Reguladora de Seguros implementaram o produto para empresas com altas taxas de riscos ambientais. Em compensação, agora o próprio governo recomenda a implementação para indústrias petroquímicas, produtores, usuários e transportadores de produtos químicos perigosos, segmento de emissão de dioxina e tratamento de resíduos.

Novas regulações

Ainda de acordo com a pesquisa, leis ambientais, estatutos e regulamentos rígidos estão sendo aplicados ao redor do mundo e mais de 3.460 estão para serem apreciados por diversos legisladores. “Em todo o mundo, mais de 500 novas regulações foram adotadas entre 2009 e 2012 e o Brasil está inserido nesse contexto. Já é um grande avanço”, completou Igrejas. O País precisa progredir em seguros ambientais porque, hoje, há apenas quatro seguradoras especializadas atuando nesse ramo. É preciso avançar mais, portanto.

Cada conquista importante
tem a sua parceria.

Tem o seu **toque especial.**



Mais importante que chegar no topo é chegar com você.
Por isso, a Tokio Marine não celebra apenas uma ocasião especial,
mas a confiança de estar sempre ao seu lado, para vencer desafios,
levando tranquilidade e proteção a empresas e pessoas.

12 de outubro. Parabéns, Corretor de Seguros!

tokiomarine.com.br | [@tokiomarine_cor](https://twitter.com/tokiomarine_cor) | [f](https://www.facebook.com/TokioMarineSeguradora) /TokioMarineSeguradora



**TOKIO MARINE
SEGURADORA**

NOSSA TRANSPARÊNCIA, SUA CONFIANÇA

Omint: festa em grande estilo no Jockey Club



Da esq. p/ dir.: diretor comercial da Omint Cicero Barreto, diretor médico Caio Soares, Juan Carlos Villa Larroudet (filho), Juan Carlos Villa Larroudet e André do Amaral Coutinho, diretor-geral

Considerada empresa líder no mercado de planos de saúde de alto padrão, a Omint reuniu na noite do dia 9 de setembro mais de 600

convidados na sede do Jockey Club de São Paulo em um coquetel bastante movimentado. O objetivo do encontro foi o de estreitar relacionamentos

com clientes corporativos, profissionais da saúde, corretores e promotoras de vendas, além dos demais stakeholders da empresa.

Entre os convidados, marcaram presença alguns dos mais renomados profissionais de saúde do País, recepcionados pelo fundador da Omint, o argentino Juan Carlos Villa Larroudet e seu filho Juan Carlos Villa Larroudet, além de toda diretoria da companhia. O encontro proporcionou entre os presentes uma excelente oportunidade de networking e de vivência com a marca Omint, referência premium em saúde no Brasil.

Argo lança ferramenta e estreita parceria com o corretor



Protector: plataforma eletrônica criada para o relacionamento entre seguradora e corretores

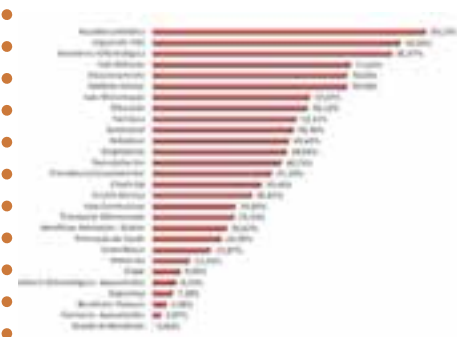
Os corretores, agora, dispõem de mais uma ferramenta. A Argo Seguros realizou o 1º Encontro de Corretores

em São Paulo e apresentou uma plataforma eletrônica especialmente criada para o relacionamento entre a seguradora e os profissionais que possibilita inclusive o envio on-line da apólice contratada. O Protector é uma modalidade de seguro de Responsabilidade Civil voltado especialmente para necessidades de algumas profissões.

O objetivo desse encontro foi o de estreitar a parceria da seguradora com os corretores. A Argo explicou as faci-

lidades dessa ferramenta, como fazer o cadastro, acesso à área exclusiva de gestão das apólices e quais os passos para acompanhar os sinistros. Mais de 150 corretores marcaram presença. Atualmente, o Protector está disponível para médicos, corretores de seguros, engenheiros, empresários, contabilistas, dentistas, diretores e conselheiros e advogados, sendo permitida a contratação tanto para pessoas físicas, quanto jurídicas.

Aon: pesquisa anual de benefícios é reveladora



No final de agosto, a consultoria em benefícios e capital humano Aon Hewitt promoveu no Rio

de Janeiro e São Paulo, respectivamente, a apresentação dos resultados da pesquisa anual de benefícios, realizada com mais de 260 companhias brasileiras. O estudo avaliou 24 benefícios oferecidos pelas empresas aos colaboradores. Foram dez os principais itens eleitos e o levantamento revela o índice de prevalência dessas prerrogativas em comparação ao ano de 2012. Segundo o vice-presidente

técnico da área de benefícios, Humberto Torloni, as empresas continuam oferecendo os benefícios em grupo, como assistência odontológica, vale refeição e vale alimentação, mas há uma ressalva. “A tendência de queda é maior para os benefícios negociados individualmente, pois o alto escalão compreende mais facilmente esse tipo de reestruturação”, afirmou.

Tokio Marine e Liberty presentes no Clube dos Corretores



Ferrara: promessa de dobrar o valor dos prêmios até 2016

Em setembro, o Clube dos Corretores de Seguros de São Paulo (CCS-SP), dando continuidade à série de almoços mensais, convidou o presidente da Tokio Marine Seguradora, José Adalberto Ferrara, e sua diretoria para uma troca de informações. O evento aconteceu no Circolo Italiano, em São Paulo. “Promovemos o resgate da tradição do Clube ao trazer expoentes do mercado para tecer considerações”, comentou o mentor do

CCS-SP, Alexandre Camillo.

Segundo Ferrara, a companhia mostrou avanço em cinco carteiras. Destaques para os segmentos de Auto (em 2012, cresceu 3,5 vezes mais que o mercado, com taxa média de 57,8%) e Condomínio (crescimento de nove vezes superior ao mercado no ano passado, com taxa de 141%). No ranking de transportes, em junho, a Tokio Marine ocupou a liderança em Transporte Nacional e o segundo lugar na Carteira de Transportes, englobando todas as modalidades. Ferrara revelou quais serão os principais desafios: “Até 2016, queremos dobrar o valor dos prêmios emitidos, superando os R\$ 3 bilhões e atingir um índice combinado inferior a 100%”, confessou.

Em 1º de outubro, foi a vez do presidente da Liberty Seguros,

Pablo Barahona, e diretoria falar aos corretores. Segundo ele, uma nova leva de consumidores jovens e o advento da classe C ao mercado estão no foco dos objetivos da companhia. “Em 2014, trabalharemos para que essa nova clientela se interesse pelos nossos produtos”, afirmou. Pablo revelou aos presentes a performance da Liberty nos últimos anos. No Brasil, a seguradora obteve uma receita de cerca de US\$ 2 bilhões em 2012. O crescimento anual tem sido de 15% nos últimos quatro anos.



Antanik Photos

Barahona (à dir.): empresa obteve receita de US\$ 2 bi em 2012

CVG debate fraude e seguros de pessoas



Dilmo fala aos presentes junto com o advogado Aristides Zacarelli Neto (esq.), Marcio Malfatti (Aida-Brasil) e Ana Petraroli

Ainda em setembro, o “Seminário Fraude em Seguro de Benefícios”, promovido pelo Clube Vida em Grupo São Paulo (CVG-SP), em conjunto com a Associação Internacional de Direito de Seguro (Aida-Brasil), em São Paulo (SP), revelou o panorama preocupante do avanço da fraude em seguro. “Precisamos desconstruir a ideia de que a fraude em seguros é um crime sem vítimas. É nosso dever identificar e punir os fraudadores”, disse o presidente da entidade,

Dilmo Bantim Moreira.

A presidente do Grupo Nacional da Aida de Combate à Fraude em Seguros, advogada Ana Rita Petraroli, analisou a prática da fraude do ponto de vista ético. Para ela, a fraude é sempre associada a ações ilícitas. “Havendo chance, qualquer um pode praticar fraude”.

Ana Rita apresentou dados sobre a fraude em seguros, considerando todos os ramos, que revelam a incidência em torno de 10% a 15% dos sinistros pagos. A estimativa de prejuízo com esse volume é de cerca de R\$ 3,6 bilhões por ano.

No final daquele mês, o corretor José Franco Pagano apresentou a palestra “A Venda de Seguros de Pessoas no Século XXI”. Ele avaliou o mercado conforme os seguintes números: apenas 5% dos brasileiros compram seguros

de vida voluntariamente e 7% têm a cobertura por meio do pacote de benefícios das empresas em que trabalham. Pagano questionou sobre a responsabilidade para o setor de seguros de pessoas no Brasil, em face do cenário em que o segmento vida não obtém desempenho similar ao verificado em outros países. “De quem é a culpa, afinal? Dos canais de distribuição? Da internet? Do cliente ou do corretor de seguros?”, indagou.

Pagano argumenta que essa espécie de gargalo tem solução, desde que as empresas empreendem medidas que visem conhecer a fundo o mercado e os produtos. “É preciso estudar a concorrência e, sobretudo, detectar as necessidades da clientela”, sugere. O corretor esclarece que o cliente nem sempre sabe o que é um seguro de vida ou plano de previdência e desconhece a importância de estar protegido pelos seguros de pessoas.

Boa notícia: clientes fazem cotação pela ‘web’



Diretoria da Camaracor-SP e o diretor da HDI, Euclides Naliato (quarto à esq.): prestígio

Se é verdade que o cliente ainda não contrata seguro pela internet, é igualmente verdadeiro o fato de ele cotar preços utilizando a rede. E as corretoras estão atentas a essa tendência. Essa afirmação partiu do diretor da Regional SP/Capital da HDI Seguros, Euclides Gerenutti Naliato,

que falou sobre o tema na tradicional Tribuna Livre da Câmara dos Corretores de Seguros de São Paulo (Camaracor-SP), no final de setembro. Corretores, representantes de entidades de classe e executivos lotaram o salão VIP do Circolo Italiano, em São Paulo, para ouvir sobre esse

novo panorama na comercialização do seguro de automóvel.

Naliato transmitiu um dado revelador: a HDI cruzou dados de 1 milhão de clientes para comprovar que 97% deles começaram a contratar pela internet, finalizando o processo com os corretores tradicionais. Para ele, os clientes não estão à procura de preços menores e sim boas coberturas. Mas a resposta precisa rápida – em 30 minutos, no máximo – e de preferência por e-mail. “Essas transações são feitas sem telefonemas e atraem quem nunca fez seguro”, destacou. Segundo cálculos do diretor, a HDI realiza mais 1,5 milhão de cotações mensais e apenas 8% são efetivas via web. Os outros 92% chegam por meio dos corretores.

Diretor da Revista *Seguro Total* é empossado na Academia de Seguros



Ansp deu posse a 11 novos acadêmicos: evento reuniu mais de cem profissionais do setor

Uma tarde inesquecível. O economista e diretor de Marketing da **Revista Seguro Total**, André Pena, é o mais novo integrante da Academia Nacional de Seguros e Previdência (Ansp). André e outros dez novos acadêmicos foram empossados no dia 2 de outubro em São Paulo. O evento reuniu mais de cem profissionais do setor de seguros que participaram de almoço no Renaissance Hotel. O diretor teve como padrinho o acadêmico Rafael Ribeiro do Val-

le. Na ocasião, o acadêmico Antonio Penteadó Mendonça fez a outorga da comenda Ansp número 2 ao acadêmico e presidente Mauro César Batista, aconteceu o lançamento da versão digital do livro *Minhas Bagagens*, do acadêmico Acacio Queiroz e o lançamento do Projeto Memória do Seguro em Arquivo Digital. “É uma honra para mim integrar uma entidade que contribui para a difusão do conhecimento em prol do setor”, comentou André.

Apoio estratégico

A Aconsef-SP realiza um trabalho positivo propiciando aos corretores que ingressam no mercado tenham amparo. Assim, o presidente do Sincor-SP, Mário Sérgio de Almeida Santos, definiu o trabalho da entidade, em almoço promovido em São Paulo em 3 de outubro. Em sua palestra, ele ressaltou que a atuação do sindicato e das assessorias resolveu o problema que os novos corretores e profissionais de pequeno porte tinham de acesso às seguradoras. Ele abordou temas como a regulamentação das assessorias, autorregulação na corretagem e a ferramenta do Multicálculo. Segundo Mário, por se tratar de voluntária, apenas bons profissionais irão aderir à autorregulação. O presidente da Aconsef-SP, Jorge Teixeira Barbosa, avaliou de forma positiva o encontro. “Em sua palestra, Mário Sérgio ratificou o interesse do sindicato em atender aos corretores, o que inclui os profissionais que atuam com assessorias de seguros”, disse.

Preparamos um presente pra você cuidar ainda melhor do futuro do seu cliente.

No Dia do Corretor queremos dar a você mais do que parabéns. Criamos um espaço exclusivo no Facebook, onde você encontra:

- vídeos
- cursos gratuitos
- simuladores
- e muito mais

São conteúdos para estreitar ainda mais os laços com o seu cliente nas redes sociais e, é claro, aumentar as suas vendas.

Acesse e aproveite!

 /icatusseguros

12 de outubro.

Homenagem da Icatu Seguros a todos os corretores pelo seu dia.

ESPECIALISTA NO QUE TEM VALOR PRA VOCÊ.

Central de Relacionamento do Corretor
0800 285 3002 2ª a 6ª feira, das 9h às 18h



/icatusseguros

Icatu
SEGUROS

icatusseguros.com.br

Gestão de riscos, prevenção à fraude e atuária

CNseg realiza em São Paulo eventos que tratam de temas de interesse do mercado



Daniel Bucar (à dir.) fala, observado por Mario Viola (esq.) e Marraccini (c)

Da Redação

A Confederação Nacional das Seguradoras (CNseg) realizou em São Paulo eventos importantes, com a parceria da Escola Nacional de Seguros, que mobilizaram um grande número de profissionais, entre executivos, corretores, atuários, além da mídia especializada. O primeiro deles, em 19 de setembro, foi o “VII Seminário de Controles Internos, Auditoria e Gestão de Riscos”, com o tema “Como Gerenciar o Risco Operacional”. Um dos destaques ficou por conta da palestra “Atuação do Conselho de Controle de Atividades Financeiras do Ministério da Fazenda (Coaf-MF) na Prevenção à Lavagem de Dinheiro e a Contribuição do Setor de Seguros”, sob a responsabilidade do presidente do Coaf, Antonio Gustavo Rodrigues.

O dirigente apresentou o histórico de criação do conselho, a partir da Lei 9.613/98, e como são feitas a triagem e análise de processos com base em inteligência financeira, visando detectar operações com indícios de irregularidades. Segundo ele, no período de 1/10/2012 a 30/6/2013, o mercado regulado pela Superintendência de Seguros Privados (Susep) totalizou 137.829 comunicações, que incluem desde pedidos de intercâmbio de informações a denúncias e

até mesmo aportes de PGBL em valor único igual ou superior a R\$ 1 milhão, entre outras situações suspeitas.

A atuação da Ouidoria também foi um dos destaques. “Trata-se de setor que pode assumir o papel de radar para que seguradoras e grandes corretoras tenham condições de enxergar o que precisa ser revisto nos processos, de modo a controlar os riscos que ameaçam a operação”, comentou o executivo Alexandre Pestilli, da Cardif do Brasil, que abordou o tema “Como Gerenciar o Risco Operacional”.


Uma semana depois, no dia 27, o “Seminário de Prevenção à Fraude contra o Seguro” reuniu cerca de cem pessoas também em São Paulo. Após a abertura feita pelo presidente da FenSeg, Paulo Marraccini, foi mostrado ao público o 10º Ciclo do Sistema de Quantificação da Fraude, produzido pela Central de Serviços da CNseg. A gerente Therezinha Vollu, uma das responsáveis pela criação do sistema, falou sobre a realização do trabalho e as dificuldades em obter dados sobre fraudes.

O segundo painel tratou de “Proteção de Dados Pessoais, Sigilo e Compartilhamento de Informações”, que reuniu o presidente da FenSeg, o gerente da CNseg, Mario Viola e o advogado Daniel Bucar. Na análise de Bucar, não há uma lei de proteção de dados no Brasil, o que prejudica a vinda de empresas estrangeiras. Existe insegurança jurídica em relação ao que o mercado por e não pode fazer. Viola, por sua vez, abordou os diferentes modelos de proteção de dados utilizados no mundo.

Já o “3º Encontro Nacional de Atuários - Novos Desafios Atuariais – Em busca de Serviços e Soluções”, que aconteceu nos dias 1º e 2 de outubro, exibiu temas não só de interesse profissionais do setor, mas de toda a sociedade. Em sua palestra, a gerente-geral da Agência Nacional de Saúde Suplementar (ANS), Rosana Alves, elencou três variáveis – cenário regulatório em constante mudança, incluindo a obrigatoriedade de novos procedimentos, o agravamento de riscos de mercado e a forte pressão da mídia com tendência a proteger consumidores – que exigem a cada dia “cálculos atuarias eficientes para tornar a divulgação da precificação dos produtos mais clara e transparente a toda a sociedade”.

A executiva Carla Seat, da empresa americana *Principal International*, fez recomendações aos atuários em seu dia a dia, evitando erros em seus modelos matemáticos. A especialista garantiu que submeter os modelos “à revisão dos pares é um bom caminho para evitar os riscos”. Por outro lado, a economista Monica Baumgarten de Bolle, na palestra “A economia brasileira e seus reflexos no mercado”, avaliou a natureza dos investimentos públicos, infraestrutura, inflação, consumo e política fiscal.

Durante o evento, foram ainda apresentados painéis ligados à modelagem de previsão nas seguradoras em face dos modelos matemáticos usados para subscrição de riscos, aumento da gravidade dos riscos climáticos, entre outras variáveis. Já o Instituto Brasileiro de Atuária (IBA) lançou o Comitê de Pronunciamentos Atuariais (CPA), que visa estudar, discutir e deliberar sobre o conteúdo de pronunciamentos sobre os temas do setor, algo necessário para dar suporte aos atos de seus profissionais.



Um gigante como o Brasil merece
a segurança de uma seguradora
grande como o mundo.

Mais de 90 anos de experiência
Mais de 88 milhões de clientes
Ajudando clientes em mais de
130 países

Somos a AIG.

Somos uma equipe de aproximadamente 63 mil pessoas reunidas com a ambição de inovar, e atender às necessidades de nossos clientes. Juntos, estamos trabalhando para ajudar a construir e assegurar um futuro melhor para os nossos clientes em todo o mundo e para as comunidades onde trabalhamos e vivemos. No Brasil, nossas empresas oferecem um amplo portfólio de soluções de seguros para empresas e pessoas. Visite nosso site e saiba mais sobre como a AIG pode ajudá-lo.



Prontos para o amanhã

www.aigbrasil.com.br

Mercado odontológico conquista 19 milhões de vidas Empresas incluem atendimento no rol de benefícios sociais



Se 10% da população possui plano odontológico, 22,5 milhões de brasileiros jamais foram ao dentista

Carlos Alberto Pacheco

Os números referem-se a março de 2013 e mostram a evolução do setor. Segundo dados do Caderno de Informações da Saúde Suplementar da ANS, há exatos 18.606.149 beneficiários de planos odontológicos no Brasil, em universo de 190.755.799 habitantes (Censo 2010 do IBGE). Há quem afirme que o número de beneficiários cresceu mais um pouco, chegando a 19 milhões. Se, por um lado, cerca de 10% da população possui um plano odontológico, por outro, algo em torno de 22,5 milhões de brasileiros jamais foram ao dentista, ou seja, 11,7% do contingente populacional.

“Acredito que o principal desafio do mercado é tornar a odontologia mais presente na vida dos brasileiros de uma forma geral”, opina o diretor de Administração e Finanças do Inpao Dental, Claudio Aboud.

Junto a esse desafio soma-se a diferença considerável entre os que dispõem de uma assistência odontológica e os desprovidos de tratamento adequado. Outra diferença expressiva percebe-se entre o total de beneficiários desse serviço (19 milhões) e a quantidade de usuários de planos de saúde (49,2 milhões).

“O mercado de seguros odontológicos tem um potencial enorme de crescimento. Ocupa um papel importante no universo corporativo, pois representa um diferencial competitivo para atrair e reter talentos, diminuir a rotatividade e o absenteísmo nas empresas. Também é importante para aumentar a motivação e melhorar a qualidade de vida dos colaboradores”, analisa o diretor de Desenvolvimento de Mercado da OdontoPrev, Renato Velloso Dias Cardoso. O executivo revela que a assistência odontológica é o terceiro benefício mais solicitado pelos funcionários.

Otimista com a evolução da rede de beneficiários, a Inpao Dental quer aumentar o número de vidas de sua carteira em mais de 25%. “Esse é um desafio considerável, pois o crescimento desse mercado se mantém na casa dos 20%. Em agosto, aumentamos o número de beneficiários em 12%”, informa Aboud. E para alcançar esse percentual, a Inpao aposta nos investimentos em tecnologia. “Graças a isso, temos um eficiente controle da sinistralidade e da qualidade dos tratamentos realizados”, afirma. Aboud lembra ainda que há grande variedade de serviços on-line a todos os públicos – empresas, beneficiários, corretores e a rede credenciada. “Ao todo, são mais de 60 opções que permitem verificar relatórios e informações cadastrais, por exemplo”.

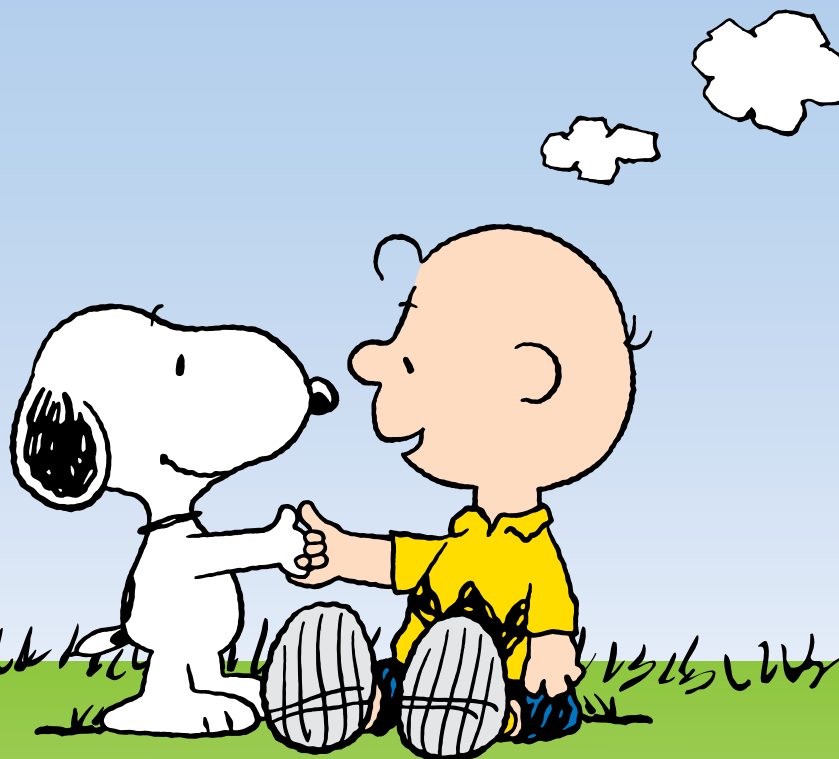
Cardoso menciona o amplo leque de produtos da Odontoprev como um diferencial. “São mais de cem planos odontológicos diferentes registrados na Agência Nacional de Saúde Suplementar (ANS), o que nos diferencia de



Aboud: principal desafio do mercado é aproximar a odontologia da vida dos brasileiros

MetLife Dental.

Você já pensou como
proteger o seu sorriso?



© 2013 PEANUTS Worldwide LLC. Metropolitan Life Seguros e Previdência Privada S.A. – CNPJ: 02.102.498/0001-29. O registro deste plano na SUSEP não implica, por parte da Autoridade, incentivo ou recomendação à sua comercialização. SUSEP: 0635-1. Cód.: 02.000.041-04/2013-04/2015.

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

Pare 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



Cardoso: assistência odontológica é o terceiro benefício mais pedido pelos funcionários

ossos concorrentes, que normalmente não veem na odontologia a sua vocação”, defende. No quesito distribuição, a empresa mantém relacionamento com os corretores e uma equipe interna de atendimento dedicada a esse canal. “Nossos parceiros possuem uma série de benefícios, como simuladores, website, apoio de comunicação, campanhas de vendas, entre outros”, salienta. Há, também, uma ação específica de fidelização junto à rede credenciada de cirurgiões-dentistas, a maior do mercado, com mais de 23 mil profissionais distribuídos em todos os estados.

Valores acessíveis

Já a Uniodonto São Paulo atua no mercado desde 1979. Reúne, hoje, cerca de 2 mil cirurgiões-dentistas cooperados na capital e já consolidou atendimento a 2,3 milhões de usuários no País. O seu fundador e presidente da cooperativa paulistana, Maud Nogueira Fragoas, costuma defini-la como “a maior rede de atendimento odontológico do Brasil e do mundo”. E prenuncia: “Com a divulgação de campanhas

de saúde e valores mais acessíveis à população, a saúde bucal dos brasileiros deve melhorar ainda mais”.

Em relação ao desempenho do setor, Fragoas acredita que houve pequena desaceleração do número de brasileiros detentores de planos em relação ao ano passado. “O crescimento foi menor, reflexo geral do mercado e da economia brasileira”, explica. Mas, para a Oniodonto do Brasil, o ano de 2013 está sendo muito “promissor”, a começar pela inauguração da nova sede da filial paulistana, em maio último, propiciando um atendimento ainda mais qualificado. Ele revela que a em-



Fragoas: “Com a divulgação de campanhas de saúde e valores mais acessíveis à população, saúde bucal dos brasileiros deve melhorar ainda mais”

presa está viabilizando novas parcerias e estratégias de comunicação e implantando novos projetos sociais e tecnologias, “trabalho sempre em busca de excelência”.

Já a MetLife, recentemente, fez ampla divulgação no mercado de seu novo produto na área odontológica. Trata-se do Dental PME, dirigido a pequenas e médias empresas, possibilidade de contrata-



Cássia: MetLife reforça o objetivo de promover serviços assistenciais de alta qualidade

ção entre dois a cem titulares, sem limite de dependentes e com assistência viagem nacional. A área de Planos Odontológicos da MetLife possui uma rede com mais de 16 mil opções de atendimento no território nacional e com o produto busca agregar valor, visando satisfazer às necessidades dos usuários.

Durante o último Congresso Nacional sobre Gestão de Pessoas (Conarh), a diretora de planos odontológicos da companhia, Cássia Gil, informou à imprensa que a estratégia da MetLife é viabilizar o acesso às PMEs “a um benefício desejado por seus funcionários e seus dependentes a um custo acessível”. Com o novo produto, a empresa reforça o objetivo de promover serviços assistenciais e preventivos de alta qualidade.

A rede MetLife possui mais de 10 mil dentistas e clínicas credenciadas. A seguradora, que atua no mercado mundial há 140 anos, chegou ao Brasil em 1999 e reúne 5,5 mil clientes corporativos com 5 milhões de vidas seguradas e 500 mil beneficiários em planos odontológicos.



Trabalho bem-feito
é igual a
comemoração:
não dá para
fazer sozinho.

Corretor, parabéns pelo seu dia.

A história da Allianz se mistura à de milhares de corretores por todo o país. Uma história de trabalho em equipe e principalmente de sucesso. Afinal, quando trabalhamos juntos, trabalhamos melhor. Por isso, entregamos soluções como nenhuma outra seguradora, para você continuar entregando resultados como nenhum outro corretor. Esses resultados nos enchem de orgulho e fazem o melhor da vida continuar para clientes, funcionários e, claro, você, neste que, sem dúvida, é um dia para agradecer, comemorar e, acima de tudo, continuar crescendo.

Com você de A a Z

Allianz 

 facebook.com/allianzcorretor

 www.allianz.com.br



Esforço para realizar evento do mais alto nível

Congresso dos Corretores e de Saúde Suplementar terão programa único



Paulo dos Santos: corretores receberão volume de informações proveniente de palestras que lhes serão úteis no seu dia a dia, além da troca de ideias

Carlos Alberto Pacheco

“O Rio de Janeiro também é a capital do futuro e o futuro é seguro”. Essa frase emblemática do presidente da Federação Nacional dos Corretores de Seguros (Fenacor) e deputado federal Armando Vergílio resume a expectativa de todos quanto ao XVIII Congresso Brasileiro de Corretores de Seguros, que acontecerá entre 16 e 18 de outubro, no Pier Mauá, Rio de Janeiro. Os organizadores aguardam a presença de até 5 mil profissionais nos três dias de evento.

Paralelamente ao congresso, será realizada a segunda edição do Congresso Brasileiro de Saúde Suplementar, setor que vem apresentando taxas significativas de crescimento nos últimos anos. Segundo especialistas em saúde privada, essa é uma tendência que deve ser mantida ao longo dos anos, em função do aumento paulatino da demanda por esse serviço. Esse encontro será organizado em parceria e com o apoio institucional da Federação Nacional de Saúde Suplementar (FenaSaúde).

Além disso, os congressistas e

convidados terão acesso à 17ª edição da Exposeg. Como sempre, a mostra apresentará muitas novidades para os corretores de seguros e ao mercado em geral. De acordo com os organizadores, as maiores seguradoras do país e as empresas prestadoras de

serviços marcarão presença na mostra, garantindo, assim, o sucesso da Exposeg. “A Fenacor está empenhada em organizar um evento do mais alto nível, que atenda aos anseios e expectativas dos profissionais. Todos serão recebidos de braços abertos e pela tradicional hospitalidade do povo carioca”, acentua Armando Vergílio.

Redução dos sinistros

Com um time de palestrantes escolhidos “a dedo”, um dos nomes mais esperados é a do secretário de Segurança Pública do Rio de Janeiro, José Mariano Beltrame. Ele participará de painel no qual serão debatidos, entre outros pontos, os resultados obtidos a partir das instalações das Unidades de Polícia Pacificadora (UPPs) em comunidades carentes da capital fluminense. O fato em si, na análise da Fenacor, trouxe reflexos positivos também para o mercado de seguros, ao reduzir sensivelmente as taxas de sinistralidade em carteiras importantes, como a de automóveis.

Entre os demais palestrantes, confirmou presença o ministro da Micro

e Pequena Empresa, Guilherme Afif Domingos, que admitiu, recentemente, a possibilidade de o governo apoiar mudanças no Simples, abrindo as portas para o corretor ser inserido nesse sistema simplificado de pagamento de impostos. A polêmica do Simples, inclusive, foi apontada como uma das maiores preocupações da categoria no Estudo Socioeconômico das Corretoras de Seguros Pessoas Jurídicas (Esecs-PJ), levantamento realizado pela federação para delinear o perfil dessas empresas e subsidiar novas ações da entidade.

Outro palestrante renomado será o ex-presidente do Supremo Tribunal Federal (STF), ministro Ayres Brito, conhecido por seu posicionamento firme a respeito de temas políticos. Cogita-se, nos bastidores, que Ayres, inevitavelmente, será indagado a respeito do voto do ministro Celso de Mello que determinou a aceitação dos embargos infringentes no julgamento dos réus do Mensalão. Como se sabe, Mello opinou contra a admissibilidade do recurso em recentes declarações à imprensa.

Haverá ainda palestras motivacionais a cargo do ex-atleta e judoca Flavio Canto, medalha de bronze nas Olimpíadas de Atenas, em 2004; e do consultor Paulo Storani, ex-capitão do Batalhão de Operações Policiais Especiais (Bope) e um dos oficiais que inspiraram a criação do personagem “Capitão Nascimento”, do filme Tropa de Elite. Storani é considerado, atualmente, o maior palestrante do Brasil. A Fenacor confirma ainda alguns dos temas centrais dos principais painéis. São eles “Seguro de Automóvel”, “Microseguros”, “Perspectivas do Ramo Saúde” e “Seguro Saúde x Necessidades dos Consumidores”.

**Na Zurich Seguros você
conta com coberturas
exclusivas e mais de
60 filiais. Mas nossa
maior vantagem
competitiva é você,
Corretor de Seguros.**



**Zurich. A seguradora
que mais cresce no Brasil.**

A Zurich Seguros é um dos maiores grupos seguradores do mundo, com mais de 140 anos, atuação em 170 países, e valoriza muito o Corretor de Seguros.

Seguro Auto • Seguro Residência • Seguro de Vida • Seguros Empresariais • Previdência Privada • E muitos outros.

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


ZURICH[®]
Seguros

De tirar o fôlego

É verdade que uma grande expectativa cerca o Congresso dos Corretores. Um dos exemplos de ansiedade pelo início dos trabalhos está nas palavras do secretário-geral da Comissão Organizadora, Paulo dos Santos, ex-titular da Superintendência de Seguros Privados (Susep). “Será um congresso de tirar o fôlego – acredite. Os corretores receberão um volume grande de informações provenientes das palestras que lhes serão úteis no seu dia a dia, além de desfrutar de uma saudável troca de ideias entre seus pares”, comentou Paulo. Para o secretário, na progra-

mação do evento há dois temas que estão muito relacionados ao mercado, um voltado à segurança pública e outro ao seguro popular de automóvel. Temas que poderão mobilizar uma grande participação dos profissionais. Essa é a previsão de Paulo que imagina o debate se estenderá a outros temas relevantes, entre os quais o atual cenário econômico e dos seguros, microempreendedores e ética nas relações profissionais que permeiam o setor.

Paulo dos Santos lembra que a importância estratégica do Congresso de Saúde Suplementar. “Ao contrário de 2011, desta vez elaboramos

uma programação única englobando os dois eventos”, revela o secretário-geral. No primeiro painel, no dia 17, o tema “Perspectivas e Tendências do Mercado de Saúde Suplementar” reunirá o presidente da FenaSaúde e da Bradesco Saúde, Márcio Coriolano, e o vice da federação e presidente da SulAmérica Vida e Previdência, Gabriel Portela. Já no primeiro painel do dia 18, a advogada, professora e especialista em relações de consumo, Angélica Carlini, e o presidente do Instituto de Pesquisas Datapopular, Renato Meireles, falarão sobre “Desejos e Aspirações dos Consumidores de Planos de Saúde”.

Comprometimento da Fenacor para garantir o sucesso



Vergílio: seguradoras e expositores planejaram adequadamente atividades na Exposeg, realizada em paralelo ao congresso

O presidente da Fenacor, Armando Vergílio, reiterou à imprensa de que a entidade está comprometida na organização

de um evento maiúsculo, atendendo às aspirações e expectativas de todos os profissionais inscritos. “Estamos felizes porque as seguradoras e demais expositores planejaram adequadamente suas atividades na Exposeg, que será realizada paralelamente ao congresso”, revelou. Os 32 estandes disponíveis foram ocupados em rápido espaço de tempo.

Em face da realização do 2º Congresso Brasileiro de Saúde

Suplementar, Vergílio destacou a expansão desse setor, sobretudo a partir da última década. “Desde a segregação do ramo saúde, que passou da Susep para a ANS (Agência Nacional de Saúde Suplementar), não havia um encontro focado nesse importante segmento. Agora, com a indispensável parceria da FenaSaúde, vamos realizar a segunda edição desse Congresso. Será um reservado um auditório para que se possa discutir uma pauta específica sobre esse setor”, adiantou o presidente da Fenacor.

Rádio Imprensa FM 102,5

A Grande Jornada pelo Mundo dos Seguros

Às segundas-feiras, das 7 às 8 horas

Apresentação: Pedro Barbato Filho





**SEGUROS EMPRESARIAIS SEGMENTADOS YASUDA:
COBERTURAS ESPECÍFICAS PARA CADA TIPO DE NEGÓCIO
COM A MELHOR PRESTAÇÃO DE SERVIÇO DO MERCADO.**

SEGURO YASUDA
HOTÉIS E POUSADAS

SEGURO YASUDA
PADARIAS

SEGURO YASUDA
BARES E RESTAURANTES

SEGURO YASUDA
CONCESSIONÁRIAS

SEGURO YASUDA
INDÚSTRIAS DE METAL

SEGURO YASUDA
INDÚSTRIAS DE CALÇADOS

SEGURO YASUDA
ESCRITÓRIOS E CONSULTÓRIOS

MAIS FÁCIL PARA SEU CLIENTE ENTENDER, MAIS FÁCIL PARA VOCÊ VENDER.



Diga sim para o sucesso!

**PARTICIPE DA NOSSA CAMPANHA DE VENDAS DOS PRODUTOS
YASUDA EMPRESARIAL, RESIDENCIAL E CONDOMÍNIO.
ACESSE O SITE E SAIBA MAIS: www.yasudaeshow.com.br**



www.yasuda.com.br

Melhores serviços, mais seguro

“Quase todas as carteiras cresceram nos últimos meses”



O presidente da Federação Nacional de Seguros Gerais (FenSeg), Paulo Marraccini, afirma que o segmento está indo de vento em popa. Com a economia menos aquecida, previsão de crescimento para o final de 2013 é de 15%. E prevê: “O aumento da frota segurada é um dos grandes desafios que o setor terá para os próximos anos”

Carlos Alberto Pacheco

Revista Seguro Total – Suas expectativas em relação ao crescimento do mercado de seguros gerais estão se concretizando ao longo de 2013?

Paulo Marraccini – A expectativa da Federação em relação ao crescimento do segmento de seguros gerais está superando a previsão inicial para o primeiro semestre do ano. A carteira de automóveis até julho de 2013 cresceu 21,8%, com uma arrecadação de R\$ 16,6 bilhões. O crescimento está acima, por exemplo, do incremento apresentado nos primeiros sete meses do ano de todo o segmento dos seguros gerais, que chegou a 19,3%. O ramo patrimonial, entre janeiro e julho de 2013, cresceu 15,1%, com uma arrecadação de R\$ 6,5 milhões. Quase todas as carteiras de seguros gerais cresceram nos últimos meses. No entanto, para o fim do ano, com a economia menos aquecida, estimamos que haja um crescimento de cerca de 15%.

ST – Hoje, no Brasil, existem 16,5 milhões de veículo segurados (maior parte carros), o que representa menos de um terço da frota. De que maneira será possível ampliar esse número?

PM – O aumento da frota segurada é um dos grandes desafios que o setor de seguros terá para os próximos anos. Há uma série de fatores que pode influenciar nessa missão, como o aumento da frota circulante de automóveis, o que eleva o risco nas grandes cidades e, em contrapartida, a necessidade de contratação de um seguro, além do investimento em produtos cada vez mais

personalizados, adequados às necessidades de cada tipo de seguro, tanto nas coberturas e serviços oferecidos como nos preços.

“Há uma série de fatores que pode influenciar nessa missão, como o aumento da frota circulante de automóveis, o que eleva o risco nas grandes cidades”

ST – Quando a FenSeg pretende em colocar em prática o seguro popular, com aprovação do uso de reutilização de peças, certificadas pelo Inmetro?

PM – É importante ressaltar que a Federação não comercializa e nem regulamenta produtos. Mas, para as seguradoras, a questão do seguro popular é importante, mas não deve ser desvinculada do desmonte de veículos. O mercado de seguros entende que só será possível a criação de um seguro popular, com a utilização de peças usadas originais e certificadas, se houver uma regulamentação da desmontagem de veículos. Caso contrário, a criação do seguro popular poderia incentivar essa prática ilegal.

ST – O Projeto de Lei Complementar nº 38/2013, que disciplina a atividade de desmontagem de veículos automotores está tramitando na Comissão de Constituição e Justiça do Senado. Quais são as possibilidades da matéria ser aprovada naquela casa?

PM – A aprovação do Projeto de Lei nº 23/2011, de autoria do de-

putado federal Armando Vergílio, na Câmara dos Deputados, foi uma vitória para o mercado de seguros, que há muito tempo aguardava por essa decisão. A expectativa da FenSeg é que a medida possa ser aprovada no Senado Federal até o início de 2014.

ST – O maior desafio hoje da FenSeg é combater a concorrência desleal das cooperativas de seguro?

PM – Esse é um dos desafios da FenSeg. Queremos combater essa prática oferecendo cada vez mais informações para o consumidor de seguros, explicando os benefícios de contar com um mercado que é regulamentado e fiscalizado por uma autarquia, que detém reservas técnicas que garantem ainda mais a proteção aos segurados.

ST – Porque a federação decidiu integrar o Grupo de Trabalho criado pela Secretaria Nacional da Segurança Pública que irá instituir um Código Nacional de Segurança contra Incêndio?

PM – Essa discussão é muito importante para o mercado de seguros, pois trata do gerenciamento de riscos e prevenção. Após o incêndio na boate Kiss, todos ficaram mobilizados em evitar que outros episódios acontecessem.

“A aprovação do Projeto de Lei nº 23/2011, do deputado federal Armando Vergílio, foi uma vitória para o mercado de seguros que há muito tempo aguardava por essa decisão”

É preciso ter conhecimento e desejo de se modernizar

Essas foram as recomendações transmitidas aos corretores no RS

CCCS



Público formado basicamente por corretores compareceu em grande número ao encontro

Carlos Alberto Pacheco

Profissionais de seguros, executivos e diretores de companhias foram unânimes em afirmar que o 10º Encontro Regional de Corretores de Seguros (Encor), em Porto Alegre (RS), superou todas as expectativas. Em pesquisa realizada nos dias do evento – 29 e 30 de agosto – os participantes, que superaram a marca de mil (1.084), aprovaram os temas e a organização do encontro. Os cerca de 600 corretores que marcaram presença no Centro de Eventos do Hotel Plaza São Rafael visitaram os 23 estandes das seguradoras e estreitaram relacionamento. “A categoria aprovou o evento, dando uma demonstração de que o nosso empenho foi devidamente recompensado”, enfatizou o presidente do Sindicato dos Corretores de Seguros do Rio Grande do Sul (Sincor-RS), Celso Vicente Marini.

A cerimônia de abertura do 10º Encor, no dia 29, já preparou os ânimos para os debates que viriam a seguir. O presidente Marini, o presidente do Sindicato das Seguradoras

do Rio Grande do Sul (Sindseg-RS), Julio Cesar Rosa, o presidente da Escola Nacional de Seguros, Roberto Bittar, e o deputado federal Armando Vergílio, presidente da Federação Nacional dos Corretores de Seguros (Fenacor), foram os protagonistas da cerimônia. Eles foram unânimes em dizer: o corretor precisa aperfeiçoar seus conhecimentos e evoluir na profissão. As palestras que aconteceram no dia seguinte (30) ofereceram essa valiosa oportunidade.

A sequência de palestras teve início com o case de sucesso da gaúcha Rap Corretora de Seguros, dos sócios Rogério Walmor Cervi e Enio Rosa de Oliveira, fundada em 1986. Após viver um período inicial de turbulência financeira (leia-se Plano Cruzado e alta da inflação), a corretora sobreviveu à tempestade, acreditando sempre que investir no conhecimento é a solução para os bons negócios. Além do próprio investimento em tecnologia, sem abrir mão da velha tática da venda de seguros “face to face”.

Para Cervi, o conhecimento e o estudo são os grandes diferenciais.

“Somos os maiores clientes da Escola Nacional de Seguros no Rio Grande do Sul”, comenta. A Rap participa de vários congressos, seminários e cursos. A empresa possui uma estrutura verticalizada, dividida por ramos. Contudo, Enio adverte: “O sucesso é relativo. É preciso mudar a estratégia dos negócios, conforme a dinâmica do mercado, sobretudo em relação à internet. A modernização enseja uma quebra de paradigmas”.

Em seguida, o advogado e especialista em direito securitário, Antonio Penteadó Mendonça, falou sobre o tema do 10º Encor – “Inovar para Crescer Sempre”. Penteadó analisou friamente o mercado, à luz da história da economia brasileira. Com um estilo crítico, mas fincado na realidade, o advogado alertou aos corretores: o conhecimento deve ser adquirido em prol da necessidade profissional, buscando idealizar novos produtos e desenhar um bom negócio. “A economia vive um momento delicado. O corretor precisa achar um caminho e descobrir soluções para seus clientes”, comentou.

Penteadó mostrou um cenário preocupante: “A subida da inflação freou o consumo. Os grandes projetos de infraestrutura avançam lentamente, afetando o processo de desenvolvimento. Há falta de planejamento, o que afeta o trabalho dos grandes corretores que trabalham com esse tipo de risco”. Os seguros patrimoniais, na sua ótica, têm sua contratação dificultada. Então, reitera, “é necessário inventar soluções de produtos” e, se for preciso, aproveitar exemplos de outros países.

E quais seriam esses exemplos?

INTELIGÊNCIA EM GERENCIAMENTO DE RISCOS

Com seriedade, inovação e ética a Buonny oferece serviços inovadores voltados à prevenção de perdas na cadeia logística, tendo compromisso com os resultados de nossos clientes, parceiros e fornecedores. Tornando-se cada vez mais referência de qualidade, comprometimento e ética, figurando entre as maiores e mais rentáveis empresas do setor de Gerenciamento de Riscos.



SUA SEGURANÇA EM NOSSAS MÃOS

.:buonny



Tarcísio Godoy fala na apresentação do painel, entre João Francisco (esq.) e Gabriel Portella

No caso dos seguros para cobrir eventos climáticos, os Estados Unidos e a Alemanha oferecem know-how que pode ser adaptado à realidade brasileira. O seguro voltado ao agronegócio também pode seguir por esse caminho., saindo da “Idade da Pedra”, segundo o palestrante. “Sem um leque de seguros sofisticados não se pode garantir a safra do agricultor”, observa. Numa nova perspectiva de mercado, Penteadou recomenda ao corretor que se posicione claramente qual área irá transitar, demonstrando profissionalismo, conhecimento do mercado, especialização, independência e confiabilidade. Quanto à internet e às mídias sociais, ele aconselha: “Utilize essas ferramentas a favor de vocês”.

No final da manhã, foi a vez do escritor e consultor Renato Bernhoeft discorrer sobre o tema “Sucesso e Profissionalismo da Empresa Familiar – A Experiência Brasileira”. Bernhoeft revelou um dado surpreendente, embora esperado: 70% do desaparecimento de empresas familiares é fruto de conflito entre os herdeiros. “Empreendedor é aquele que constrói; o empresário perpetua a obra”, definiu. O consul-

tor explicou os tipos de organização existentes – unifamiliar, multifamiliar e controle familiar. Mas, seja qual for o gestor, existe o perigo do apego ao poder. “Ele (o poder) é inebriante”, reconhece.

À tarde, a consultora Martha Gabriel teceu considerações sobre “Mídias Sociais e suas Aplicações no Mercado/Prospecção de Clientes”. Segundo Martha, em relação às redes sociais, mais de 70% dos agentes de seguros nos Estados Unidos usam a ferramenta para comunicar-se e fazer negócios. Em sua opinião, a imagem digital de uma empresa de ser a sua imagem real, conquistando credibilidade. “Na era digital, as regras de mídia mudam. Não dá para seguir as regras tradicionais, caso contrário o fracasso é inevitável”, afirmou.

Desafios e o futuro

Um trio de painelistas formado por João Francisco Borges da Costa (HDI Seguros), Gabriel Portella (SulAmérica Seguros) e Tarcísio Godoy (Bradesco Seguros) só poderia lotar o auditório do centro de eventos. Durante uma hora, eles avaliaram o atual mercado sob o ponto de vista das seguradoras. De

imediatamente, João Francisco apontou os três desafios que se impõem às companhias: responder de forma efetiva às mudanças das necessidades dos consumidores; adaptar-se às novas medidas regulatórias que exigirão mais capital e atrair e manter talentos em ambiente cada vez mais competitivo. “Para conquistar o cliente, não basta apenas o preço. A qualidade do produto é essencial”, afirmou o presidente da HDI.

O segundo a tecer comentários, Portella lembrou que as mudanças da pirâmide etária determinam o envelhecimento da população, ao mesmo tempo em que surge nesse cenário a “geração Google” e o “Big Data”. Em sua análise, o mercado de seguros cresceu, as demandas são diferenciadas e o corretor precisa se sintonizar com esses novos tempos. “Há possibilidades de negócio para seguros de responsabilidade civil, riscos de engenharia e produtos de garantia”, destacou o presidente da SulAmérica. E emendou: “Esse é um mercado de oportunidades. Deve-se inovar e empreender sempre”, recomendou.

Por último, Godoy mostrou os números do setor no Brasil, demonstrando otimismo quanto à performance dos negócios. “Um terço da população possui alguma cobertura, seja de seguros gerais, vida, previdência, saúde ou capitalização. O setor devolveu à sociedade R\$ 149 bilhões, em termos de indenizações, resgates, benefícios e sorteios”, comentou o diretor-geral da Bradesco Auto RE. Godoy disse, ainda, que a classe média emerge como um universo extraordinário de consumidores. Ele aponta um desafio às companhias: “Ampliar a base de segurados em todos os níveis”.

Organização e nível das palestras mereceram elogios



Marini (quarto à dir.) recepcionou diretores e executivos de grandes seguradoras

Várias personalidades do mercado prestigiaram o 10º Encor, reafirmando a importância do encontro na Região Sul. O presidente da Escola Nacional de Seguros, Robert Bittar, por exemplo, considerou a participação maciça dos corretores no evento como reflexo do crescimento do mercado brasileiro de seguros. “Esse crescimento exigirá dos profissionais conhecimentos técnicos, atualização sobre os novos produtos e tecnologias e reunir um conjunto de informações sobre a dinâmica da própria indústria”, conceituou.

Já o diretor-geral da Bradesco Auto RE, Tarcísio de Godoy, declarou: “Esse ambiente é ideal para ouvirmos as principais demandas e sugestões dos profissionais”. Godoy considera o mercado gaúcho como “vigoroso” e extremamente competitivo. Segundo ele, “o Bradesco considera o Rio Grande do Sul como uma unidade da federação estratégica para os negócios da companhia”. Sobre as mudanças estruturais recentes na área de vendas, o diretor considerou as fundamentais do porte da Bradesco, pois o objetivo é aprimorar os serviços.

Impressionada com a grandiosidade do encontro, a diretora comercial da Generali Brasil Seguros, Cláudia Papa, elogiou a organização do evento. “A cada ano, o Sincor-RS nos surpreendente.

to importante para a Generali. Trabalhamos na expansão geográfica da companhia e aumento da capilaridade, com a inauguração de filiais em todo o País”, revelou Cláudia.

Entusiasmado, porém não surpreso com a realização do evento, o diretor-presidente da Centauro Vida e Previdência, Ricardo Iglesias, elogiou a força dos gaúchos que se mobilizaram para viabilizar o 10º Encor. “A força dessa organização resultou em número grande de profissionais nos estandes e o comprometimento maciço nas palestras”, enalteceu. Segundo Iglesias, após um período de domínio absoluto da carteira de automóvel, o segmento de benefícios tem chamado a atenção dos corretores. “Hoje, os profissionais desejam ampliar seu mix e buscam comercializar produtos novos”. Para ele, os setores de vida e previdência estão conquistando cada vez mais os consumidores. E o corretor precisa estar atento a esse novo cenário.

O vice-presidente da Liberty Seguros, Marcos Machini, acredita no potencial do mercado gaúcho traduzido pela grandeza do 10º Encor. De acordo com ele, “o evento contribui no sentido de aproximar vários corretores, não só do Sul, mas de outras regiões, abrindo espaço para o debate e reflexão”. Machini entende que o evento é fundamental

para reafirmação da marca da Liberty, além de ouvir os profissionais sobre suas expectativas no dia a dia. O vice-presidente informa que a companhia disponibiliza ferramentas para o médio e grande corretor, ajudando-os a atender de forma qualificada o seu cliente e com o menor custo possível.

para reafirmação da marca da Liberty, além de ouvir os profissionais sobre suas expectativas no dia a dia. O vice-presidente informa que a companhia disponibiliza ferramentas para o médio e grande corretor, ajudando-os a atender de forma qualificada o seu cliente e com o menor custo possível.

Inovação e empreendedorismo

O encontro promove uma saudável troca de ideias entre o corretor e a companhia. Essa definição partiu do diretor comercial da Capemisa Vida e Previdência, Laerte Tavares Lacerda. “É a melhor alternativa que temos para encontrar um grande número de profissionais, sobretudo do interior do Rio Grande do Sul e de outros estados”, acredita Lacerda. Ele enalteceu o conteúdo das palestras, que incutiram na mente dos participantes conceitos como inovação e empreendedorismo. “O corretor deve estar atento à dinâmica do mercado e os novos canais de venda”, advertiu. Lacerda também destacou a Região do Sul como um celeiro de bons negócios e boas oportunidades.

Organização que recentemente completou um século de existência, o GBOEX aproveitou a oportunidade para fortalecer os laços com os profissionais. Segundo o presidente da Diretoria Executiva, Ilton Roberto Brum de Oliveira, o tema do encontro não poderia ser mais propício. “Inovar e empreender são dois conceitos que caminham juntos”, disse. Ele colocou a companhia à disposição dos corretores para firmar parcerias estratégicas. “O segmento de vida e previdência oferece possibilidades de atuação consistente”, reafirmou Oliveira. O conselheiro do GBOEX, Nilton Celente Bermudez, ratificou as palavras do presidente, acrescentando que o Encor está se tornando um “novo Conec (Congres-

**É preciso
talento e
dedicação
para orientar
as pessoas na
escolha certa.**

Nossa homenagem a todos os corretores de seguros do Brasil, profissionais essenciais na construção de um futuro protegido e tranquilo.



DDG 0800.701 5179 • www.aplub.com.br

PORTO ALEGRE (51) 3027.2535 e 3027.2641 - e-mail comercial@aplub.com.br • SALVADOR/BA (71) 3322.2054
BELO HORIZONTE/MG (31) 3272.5435 • SÃO PAULO/SP (11) 3224.2750 • CAMPO GRANDE/MS (67) 3028.3612
RIO DE JANEIRO/RJ (21) 4009.7013 • BELÉM/PA (91) 3242.1202 • MANAUS/AM (92) 3232.6779 • FLORIANÓPOLIS/SC (48) 3025.4639

so dos Corretores de Seguros)”.
 Considerando o profissional como o principal canal de vendas, o diretor territorial no Rio Grande do Sul da Mapfre Seguros, Paulo Roberto Trindade, acredita que os dois dias do evento servem como momento de interação e conagração com os principais parceiros de negócio. Graças a essa aproximação, segundo Trindade, “a Mapfre tem despontado no mercado gaúcho”. E mais: “A companhia cresceu no Estado quase 40% no primeiro semestre, fruto de uma parceria com os corretores e estes utilizam os serviços e produtos que oferecemos”, acrescentou. Uma modalidade de seguro bastante comercializada na região é o agrícola. “Temos expertise nessa área”, concluiu o diretor.

O diretor Comercial da Zurich Seguros Regional Sul, Luciano Silveira, definiu o 10º Encor como um ponto de encontro entre profissionais, que poderão conhecer o melhor de cada

companhia. “O Encor divulga a marca Zurich e nós apresentamos um portfólio diversificado aos interessados em ampliar seus negócios”, enfatizou o executivo. Segundo ele, o Rio Grande do Sul sempre estará no foco da companhia, com duas filiais e mais dois escritórios de representação no Estado. “Trabalhos firme no setor de varejo, sem desprezar, contudo, segmentos como o property e o RC profissional”, avisou.

Igualmente satisfeito com o encontro, o vice-presidente da Yasuda Seguros, Luiz Macoto Sakamoto, afirmou que o corretor de seguros assume papel fundamental nas operações do Grupo Sampo, que detém o controle acionário da Marítima Seguros, por meio da Yasuda. “Buscamos fornecer as condições ideais ao profissional, municiando-o das melhores soluções em seguros e serviços”, comentou Macoto. Ele faz um esclarecimento: “As duas empresas trabalham juntas mas com

marcas separadas”. Em 2013, houve a unificação das operações em Porto Alegre, onde as duas marcas juntaram suas estruturas num único escritório e cada qual atuando conforme um nicho específico – Marítima no segmento de massificados e Yasuda no corporativo.

Na opinião do diretor executivo de Produção da Porto Seguro, Rivaldo Leite, o evento foi extraordinário. “Além das excelentes palestras, tivemos oportunidades de rever corretores e fortalecer relacionamentos. O mercado do Sul é estratégico para a companhia. Investimos bastante em estrutura nos últimos anos, nas capitais e no interior de três estados. Os corretores estão correspondendo em termos de produção”, afirmou. Na avaliação de Rivaldo, os profissionais perceberam que a venda de ‘diferenciais’ agrega valor ao produto e fideliza clientes. “Hoje, todos os clientes do Sul do País usufruem de todos os serviços que dispomos em São Paulo”, finaliza.

Cobertura ampla e contratação facilitada



José Marcelino e Celso Marini assinam importante convênio para viabilizar venda do seguro RC Profissional

Os corretores gaúchos têm mais um motivo para ampliar seus negócios. Durante o 10º Encor, o Sincor-RS e a Berkley Brasil firmaram um convênio que viabiliza a comercialização do seguro RC Profissional da companhia em todo o Rio Grande do Sul. O produto oferece 100% das coberturas com limites agregados,

franquias adequadas, rapidez nos processos de emissão, por meio de um sistema on-line, o qual permite ao próprio corretor efetuar a cotação do seguro, sem a necessidade de abrir suas informações confidenciais a outras pessoas.

“Esse convênio propicia ao corretor trabalhar

com mais uma opção de seguro com a máxima segurança”, comentou o presidente do sindicato, Celso Vicente Marini. Com o RC Profissional, os profissionais filiados à entidade poderão ainda emitir, por meio do sistema da Berkley, outros seguros que tenham interesse em contratar, entre eles o RC Empregador, prestação de serviços em

locais e terceiros ou mesmo o RC Geral para uso e conservação do imóvel.

Na opinião do presidente da companhia, José Marcelino Risdén, o produto possui um diferencial que está justamente na cobertura mais ampla e na facilidade de contratação. “Acreditamos que produtos como o RC tem uma penetração muito grande no Estado devido ao aspecto cultural intrínseco ao cliente, o que favorece a venda”. Marcaram presença na assinatura do convênio o vice-presidente do Sincor-RS, Sergio Alfredo Petzhold, o superintendente da Regional Sul da Berkley, Rogério Schmalfuss, o gerente da Filial de Porto Alegre, Julio Fraga, e o assistente comercial da Filial de Porto Alegre, Regis Mello.



Este anúncio contém informações resumidas. Os seguros SulAmérica obedecem às condições gerais, que devem ser lidas previamente à sua contratação. Para mais informações, consulte seu corretor de seguros. O registro deste plano na SUSEP não implica, por parte da autarquia, incentivo ou recomendação à sua comercialização. Cód. SUSEP RG/VD 15.414.00177/2004-14. SulAmérica Companhia de Seguros. CNPJ 33.041.062/0001-09.

Aplicativo SulAmérica Auto. Seu Seguro Auto agora na palma da sua mão.



Mais uma inovação da SulAmérica para seu cliente.

Agora o seu cliente baixa grátis o aplicativo SulAmérica Auto no smartphone e tem acesso, a qualquer momento, a diversas informações, como:

- ▶ Dados do seguro
- ▶ Cartão do seguro
- ▶ Rede de Benefícios (podendo traçar a rota até eles).
- ▶ Alerta de vencimento
- ▶ Endereços dos Centros Automotivos (podendo traçar a rota até eles).

Conte essa novidade para seus clientes. Disponível para celulares iOS e Android.

SulAmérica

associada ao **ING** 

Receita para uma correta proteção



**Dilmo Bantim Moreira*

Por definição, corretor é o profissional cuja função consiste em aproximar as partes interessadas em determinada transação, sendo também o guardião dos interesses de seus clientes. Aplicado este conceito ao mundo do seguro, temos que a meta deste profissional é a de orientar a proteção dos Segurados, buscando as melhores opções para seus interesses seguráveis. Conforme levantamento realizado pela Confederação Nacional das Seguradoras (CNseg), esses Segurados pagaram em 2012 prêmios no montante de R\$ 253 bilhões, registrando crescimento de 18,22% em relação a 2011 e participação de 5,76% do PIB.

Estas taxas de crescimento são muito superiores aos da economia brasileira e demonstram que o consumo de seguros no Brasil tem crescido significativa e de forma consistente. Paralelamente, a importância e responsabilidade dos corretores de seguros, também ... Atualmente essa força econômica contabiliza algo como 70 mil profissionais, com aproximadamente um terço como pessoas físicas e dois terços na forma de pessoas jurídicas, contribuindo positivamente para o aumento da tranquilidade da sociedade e tornando o mercado securitário alvo cres-

cente de interesses, exigindo da atividade destes agentes econômicos cada vez mais cuidados com a precisão e qualidade em seus negócios.

Sabemos que a participação do corretor na administração dos riscos se baseia no compromisso da prestação de seus serviços, desde a prospecção até o pós-venda, agregando valor a toda a cadeia do negócio securitário. O conjunto destas ações refina o processo de atualização/criação de produtos e de determinação de riscos e precificação, contribuindo para melhoria da qualidade dos processos, do mercado e da própria instituição do seguro.

A elevação do volume de transações securitárias indica outra faceta, além da notória capacidade de expansão do mercado. Trata-se do incremento da sensibilidade dos consumidores quanto à necessidade de proteção de suas conquistas, resultado das modificações na realidade brasileira que passam desde a mobilidade entre as classes econômicas até a elevação na longevidade.

Então, o corretor de seguros deve buscar respostas sempre renovadas, acrescentando à sua experiência empírica novas informações e técnicas, de forma que seus serviços se traduzam em retorno objetivo aos interesses que representa, traduzindo uma avalanche de dados em linguagem clara, direta e atual ao seu público.

Tratar os diversos aspectos desta equação profissional exige o desenvolvimento de metodologias de trabalho específicas, que somente podem ser arquitetadas com o entendimento e controle dos múltiplos fatores envolvidos, mas que uma vez resolvidos, certamente resultam em melhoria na competitividade. Analisado este qua-

dro, notamos que a variável comum é o conhecimento, que deve ser refinado constantemente e conectado à realidade objetiva para aperfeiçoamento das habilidades necessárias à atividade profissional.

De acordo com levantamento realizado pelo Sindicato dos Corretores de Seguros no Estado de São Paulo (Sincor-SP), cerca de dois terços dos corretores apontam a qualificação profissional como elemento chave para o sucesso e, confirmando isto, essa pesquisa determina que apenas 40% das corretoras de seguros não tem gestores com curso superior completo.

Em reforço à busca de qualificação por meio da formação acadêmica, cursos de administração de corretoras de seguros e técnicas de vendas estão entre os mais procurados para complemento do perfil do profissional do segmento, somando-se a isto exigências legais no sentido da formação técnica profissionalizante de seus colaboradores.

Qualidade profissional é resultado de um processo contínuo, fruto da maior exigência do consumidor, de específicos aspectos legais e técnicos, da competitividade do mercado e da busca da excelência. A educação profissional é imprescindível para enfrentar as mudanças, sejam do mercado ou da tecnologia.

Dilmo Bantim Moreira é atuário, administrador, presidente do Clube Vida em Grupo São Paulo (CVG-SP) e diretor de Relacionamento com o segmento de Previdência Privada e Vida da Academia Nacional de Seguros e Previdência (Ansp)



“O VENTO SUAVE, O MAR CALMO,
O SILÊNCIO... E A CERTEZA DE SABER
QUE POSSO CONTAR COM VOCÊ,
ISSO É O QUE ME TRAZ TRANQUILIDADE.
OBRIGADO, MEU AMIGO CORRETOR!”



Nós só garantimos aos nossos clientes que eles têm com quem contar porque estamos certos de que também podemos contar com você. **Obrigado pela confiança e parceria de sempre!**

Você tem com quem contar.

12 DE OUTUBRO - DIA DO CORRETOR DE SEGUROS

Homenagem da Chubb Seguros a esses profissionais com quem sempre podemos contar.

“Construir bases sólidas de confiança é fundamental”



Em meio a milhares de corredores de várias partes do mundo, José Luís (no destaque) cumpre sua missão na meia-maratona de Nova Iorque, em 2011

Empenho profissional e qualidade de vida se conjugam perfeitamente na vida do diretor da Porto Seguro, José Luís Ferreira da Silva. Atuando no mercado segurador há 27 anos, sua carreira denota a aplicação de um profissional que oferece o melhor de si pela companhia. A Porto Seguro é exemplo claro de sua obstinação em buscar os melhores resultados nas áreas que comanda. Com duas graduações (Direito e Administração de Empresas) e um MBA Executivo de Seguros, José Luís descobriu no esporte a saída para melhorar a saúde. É adepto das corridas de minimaratona no Brasil e no exterior. “Comecei a correr há quatro anos e 23 quilos atrás”, diz, bem-humorado. Aliás, bom-humor, foco no objetivo central e saber conviver com equipe são ingredientes de sua receita para o sucesso profissional.

Seguro Total – Descreva objetivamente a sua trajetória profissional e formação acadêmica.

José Luís Ferreira da Silva –

Comecei no mercado de seguros em 1986, como auxiliar administrativo da Minas-Brasil Seguros. Na época, com 20 anos, estava me formando em Direito pela Pontifícia Universidade Católica (PUC). Fiquei cinco anos atuando na Minas-Brasil. Graduei-me, também, em Administração de Empresas pela Fundação Getúlio Vargas (FGV) e, em 1991, vim para a Porto Seguro ocupar a função de inspetor de produção. Depois, ocupei as funções de subgerente e gerente. Continuei fazendo carreira na área comercial até que – em 2000 – assumi a Diretoria de Produção. Por um período de três anos, acumulei toda a diretoria. Em seguida, concentrei o foco na expansão de sucursais e no “Porto Socorro”, além das áreas de proteção e monitoramento e segurança corporativa. Hoje, respondo pela Porto Conecta (Porto Seguro Telecom), Porto Seguro Serviços Avulsos, Porto Seguro Proteção e Monitoramento, Porto Seguro Serviços a Condomínios, Transportes e Transportes Monitorados. Neste período fiz MBA Executivo de

Seguros pelo Ibmecc/Escola Nacional de Seguros e diversos cursos de especialização em vendas e no mercado de seguros. Participei de encontros de corretores de seguros em todo o País, como palestrante ou debatedor.

ST – Qual é o aprendizado que você pode retirar de sua atuação no mercado de seguros?

JL – A vida profissional me ensinou a aproveitar plenamente cada chance que aparece, pois as novas oportunidades decorrerão do que se aproveitou das anteriores. Mas nunca se deve esquecer que o fator sorte é determinante na carreira de qualquer executivo. Chamo de sorte a dose de imprevisibilidade com que muitas chances são dadas e tiradas. E, portanto, onde existe este fator há de se manter sempre a humildade de reconhecer que nem tudo dependeu só de você. Também é importante estar sempre aberto a atender quem te procura com um problema ou necessidade e os negócios acontecerão. O mercado de seguros me ensinou ainda que quem



José Luis desafia a corrida "Tough Guy", "a mais difícil do mundo": no inverno inglês, ele precisou saltar obstáculos, cruzar rio a menos 5 graus, passar sob arame farpado, entre outras peripécias

foi bem atendido reconhece e confia. É um mercado de pessoas que não fazem só um negócio, interagem constantemente. Por isso, construir bases sólidas de confiança é fundamental

ST – Você possui planos profissionais e/ou pessoais para um futuro próximo?

JL – Nos pessoais, pretendo, em fevereiro próximo, correr a "Cruce Del Andes". São 100 quilômetros de corrida saindo da base do Vulcão Osorno, em Puerto Varas (Chile) e chegando do outro lado dos Andes, em Villa Angostura (Argentina). Profissionalmente, desejo fazer com que os novos desafios em produtos, como telefonia celular e serviços avulsos, sejam mais um motivo de orgulho por ter conseguido atender às expectativas da Porto Seguro e a às necessidades dos corretores por mais e melhores produtos.

ST – Tem algum sonho que ain-

da não realizou? Qual?

JL – Estou inscrito na Stanford University e desejo concluir uma série de cursos de aperfeiçoamento. Acho que ainda tenho muito que estudar.

ST – Hoje você é adepto das corridas de meia maratona. O que levou você a escolher essa prática esportiva? Foi por uma questão de saúde, hobby ou vontade mesmo de competir?

JL – Decidi por pura vaidade mesmo (risos). Comecei a correr há quatro anos e '23 quilos atrás'. Conforme corria, meus resultados e minha disposição melhoravam e, para mantê-los, mudei de hábitos de alimentação. Meus cheques apresentavam, a cada ano, uma saúde melhor e consequentemente, alimentava o desejo de melhores performances esportivas. Sentia-me cada dia mais disposto, atualizei o guarda-roupa com vários números a menos e fiquei de bem com a vida. O que me levou a correr é fácil responder, depende só de mim e não exige talento ou treino especial. Se você me der uma bola, farei você passar vergonha com tanta inabilidade que tenho. Para poder treinar, levanto duas vezes por semana às 4h45 da manhã (em outras duas, dá para levantar mais tarde), por estrita falta de tempo. Vida profissional é também uma corrida e, quando sobra tempo, diria que ler é o hobby. No meu caso, quase um vício.

ST – Gosta de viajar? Mencione alguns lugares interessantes que visitou.

JL – Gosto muito de viajar. Além dos tradicionais destinos no Brasil, América do Sul, Estados Unidos e Europa, eu chamaria de interessantes a Grécia e o Egito, pela história viva; a China, pelo incrível progresso e ocidentalização, além da riqueza de uma

cultura muito diversa; e também Moscou e São Petersburgo, pela presença de sinais de um capitalismo surpreendente na frente de marcos históricos do socialismo. Sou do tipo que gosta de museus e igrejas.

ST – Em sua opinião, qual é o seu segredo para ser um homem bem-sucedido, tanto no aspecto profissional e pessoal ?

JL – Humildade, paciência, respeito a todos ao seu redor, nunca perder o foco no objetivo, saber conviver em um time, ter fé de que vai dar certo e, no meu caso, nunca perder o bom humor. Torço que aqueles que me conhecem possam referendar que o bom humor é uma característica da minha personalidade. A vida é curta, os problemas, temporários, e o principal é que sua passagem tenha significado algo de bom para aqueles que te deram a honra de conviver contigo.



O executivo não dispensa uma competição como a Maratona Internacional de São Paulo

Zurich contrata novos gerentes para o Rio Grande do Norte e Região Sul



Christiane Leônidas

Eduardo Massitel

Giovani Oliveira

A Zurich Seguros, em continuidade à sua política de expansão, contratou os executivos Christiane Leônidas (agora gerente comercial de Seguros Gerais para o Rio Grande do Norte), Giovani Oliveira (gerente comercial em Porto Alegre) e Eduardo Massitel (gerente comercial da Filial Londrina). O diretor

taca o forte investimento da companhia nos últimos anos para aproximar seu expertise dos corretores de seguros e clientes. “A expansão da se dá em um momento estratégico para os negócios da seguradora, e as novas contratações representam maior presença local em diferentes regiões do país”, explica.

Generali: reforços nos setores de resseguros e tecnologia de informação



Liana Assayag

Renata Oliveira

A Generali Brasil Seguros passa a contar com Renata Oliveira de Albuquerque Lima, na função de superintendente de Resseguros, e com Liana Soska Assayag, no cargo de

gerente de Tecnologia e Negócios. Renata é graduada em Administração de Empresas pela Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UFRJ) e tem MBA em Finanças pelo Ibmecc. Conta com mais de 12 anos de experiência na área de resseguros. Liana é formada em Matemática pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ) e possui 20 anos de carreira na área de tecnologia da informação.

Profissional assume gestão de clientes do Grupo Santa Celina



Alba Fleury assumiu a Gestão de Clientes Grupo Santa Celina em Brasília. Formada pela Univer-

sidade de Brasília, Alba tem 19 anos de experiência na área de saúde. Foi responsável nacional pelas áreas de regulação/auditoria em saúde, avaliação e controle de produtos, e regulamentação em saúde/relacionamento com a Agência Nacional de Saúde Suplementar (ANS).

Brasilprev: novo superintendente



A Brasilprev Seguros e Previdência apresentou um novo líder na Superintendência Comercial de Negócios Alta Renda, trata-se de

Guilherme Rossi. Após cinco anos como gerente de Negócios Alta Renda para a região Sul, Rio de Janeiro e Espírito Santo, Guilherme Rossi foi promovido à superintendente da área. O executivo é graduado em direito pela Universidade Estácio de Sá, é mestrando em Administração e Desenvolvimento Empresarial pela mesma instituição.

Chubb: novidade no seguro garantia



A Chubb Seguros anunciou como novo executivo de contas da área comercial de seguro

garantia o profissional Raphael de Freitas. Há mais de dez anos no mercado segurador, Freitas é graduado em Relações Internacionais e especialista em análises financeiras com foco em análise de balanços pela Fundação Getúlio Vargas (FGV).

Solutions apresenta executiva de Contas



A Solutions One reforçou sua equipe, com a contratação de Renata Dias para o cargo de executiva de Contas.

Formada em Administração, Renata possui mais de dez anos de experiência na área comercial, Renata atuará na gestão das parcerias e canais de vendas.

SulAmérica cria serviço de segurança para idosos



O Dia Nacional do Idoso (1º de outubro) trouxe à tona uma grande preocupação da população: chegar à terceira idade com saúde. Pensando em contribuir com o bem-estar

dos segurados, a SulAmérica Seguros criou o Check-up Idoso, oferecido no Plano Superior do seguro residencial, que leva um profissional à casa do cliente para realizar inspeção de segurança na residência, identificando locais e as condições de risco.

<http://migre.me/gh84J>

‘Treinão Seguros’ estimula atividade física na zona sul de SP

Conhecida por patrocinar o esporte, a Seguros Unimed, que apoia várias provas de corridas de rua por todo o Brasil, realizou no dia 28 de setembro, na Praça Vinícius de Moraes, em São Paulo, seu primeiro treino para corrida. O evento agitou um grande público, que passou por avaliação corporal, treinamento de caminhada e corrida e ainda tinha à disposição áreas de massagem, alongamento e exercícios funcionais.

<http://migre.me/gh8pT>

Aumenta procura por seguro de meios remotos



É cada vez maior o número de pessoas que recorrem à rede para informar-se sobre seguros ou, até mesmo, contratar uma apólice pela internet. De olho nas possibilidades deste mercado crescente, o Conselho Nacional de Seguros Privados (CNSP) aprovou a Resolução 294, que permite a comercialização de produtos relacionados à área por meio da internet, telefone e outros meios remotos.

<http://migre.me/ghsa>



www.planetaseguro.com.br

Palestra do ‘Bom-Dia da APTS’ aborda o corretor

O novo horário de eventos da APTS foi inaugurado pela Palestra Bom-Dia, apresentada no dia 2 de outubro, pelo mentor do Clube dos Corretores de Seguros de São Paulo (CCS-SP), Alexandre Camillo. Durante o evento, que excepcionalmente foi realizado no auditório do Sindseg-SP, ele analisou a corretagem de seguros como opção de carreira na exposição do tema “Quando crescer quero ser corretor de seguros”.



<http://migre.me/giGaH>



Grupo BB e Mapfre conquista Prêmio Top Educação

O Produto Mapfre Educacional Multiflex, da Mapfre Seguros, uma das marcas do Grupo Segurador Banco do Brasil e Mapfre, conquistou, pela segunda vez consecutiva, o Prêmio TOP Educação, na categoria Seguro Educacional. Promovido pela revista Educação, da editora Segmento, desde

2006, o prêmio é concedido às marcas mais lembradas no setor de produtos e serviços do mercado educacional brasileiro. Mais de 100 mil consumidores votaram em 18 categorias distintas.

<http://migre.me/ghscM>

SEGURO É COMO QUALQUER COISA NA VIDA: É MUITO MELHOR QUANDO É FEITO POR UM ESPECIALISTA.

Tudo na vida é muito melhor quando é feito por quem entende do assunto. E na hora de fazer um seguro, não poderia ser diferente. Corretor MAPFRE é mais seguro.

12 de outubro, Dia do Corretor.
Homenagem da MAPFRE aos seus 17 mil corretores por todo o Brasil.

RESIDENCIAL
AUTOMÓVEL
VIAJEM
PESSOAS
FUTURO
PARCERIA
PREVIDÊNCIA
TRANQUILIDADE
CONSORCIO
ALUGUEL
VIDA
MOTO
AGRICOLAS
CELULAR
INVESTIMENTOS
CREDITO
TRANQUILO
ASSISTENCIA
GARANTIAS
CAMPANHÃO
IMOBILIARIO
RESIDENCIAL
MOTO
CONSÓRCIO
VIAGEM
CAMPANHÃO
INVESTIMENTOS
AERONÁUTICO
ALUGUEL
AGRICOLAS
CELULAR
INVESTIMENTOS
CREDITO
TRANQUILO
ASSISTENCIA
GARANTIAS
CAMPANHÃO
IMOBILIARIO
RESIDENCIAL
MOTO
CONSÓRCIO
VIAGEM
CAMPANHÃO
INVESTIMENTOS
AERONÁUTICO
ALUGUEL
AGRICOLAS
CELULAR
INVESTIMENTOS
CREDITO
TRANQUILO
ASSISTENCIA
GARANTIAS
CAMPANHÃO



 **MAPFRE**
Pessoas que cuidam de pessoas.

www.mapfre.com.br

