

REVISTA

SEGURO

Ano XV
Nº 141, 2010
R\$20,00

TOTAL



Tokio Marine desempenho irretocável

Valmir Rodrigues,
diretor-executivo Comercial

CNseg analisa o seguro hoje e faz projeções para 2025

CONSTITUIM UMA ESTRATÉGIA DE SUCESSO
É COMO MONTAR UM QUEBRA-CABEÇA.



NÓS TEMOS AS PEÇAS QUE SE ENCAIXAM NO SEU NEGÓCIO.



www.icpseguros.com.br



PLANO CLIENTES



PLANO ESPECÍFICA



PLANO PROFISSIONAL



PLANO COMPLETO

Editor

José Francisco Filho - MTb: 33.063
francisco@revistasegurototal.com.br

Diretor de Marketing

André Pena
andre@revistasegurototal.com.br

Diretor Comercial

José Francisco Filho
francisco@revistasegurototal.com.br

Jornalista

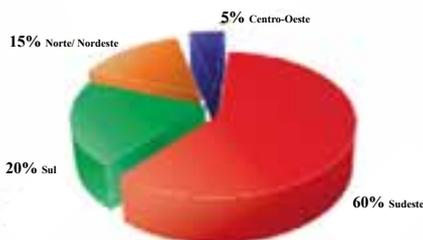
Carlos Alberto Pacheco - MTb: 14.652
pacheco@revistasegurototal.com.br

Repórter

Cristiane Pappi
cristiane@revistasegurototal.com.br

Redação, 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

Espera ansiosa do anúncio de mais obras de infraestrutura

Quando o governo federal fez o anúncio de um pacote de obras, o famigerado Programa de Aceleração do Crescimento (PAC), um clima de grande euforia dominou a cena brasileira. Avistava-se no horizonte a expansão dos negócios em todas as frentes, com a participação da iniciativa privada, e a vinda estratégica de investimentos, sobretudo para a indústria. O PAC, hoje, é uma realidade, mas há problemas. A situação agrava-se com a economia claudicante: taxas de juros elevadas, estagnação da atividade industrial, sistema financeiro desregulado e crescimento do PIB abaixo da expectativa.

As resseguradoras aguardam ansiosamente o lançamento de obras de infraestrutura para colocar em prática o que de melhor sabe fazer: identificar o risco. Mas as companhias estão redimensionando os seus planos de negócios e projeções de prêmios porque os projetos de obras para os grandes eventos esportivos ainda estão no terreno do discurso. A promessa, agora, é para 2014. “Isso se tornou uma incógnita. Não aconteceram os investimentos anunciados pelo governo”, comentou um ressegurador.

Há diversas oportunidades que podem vir na esteira dessas obras, tais como seguros de responsabilidade civil e de garantia, riscos de engenharia e coberturas de todas as espécies – inclusive o de grandes tumultos. É preciso também lembrar que, além da infraestrutura obrigatória em face da Copa do Mundo de 2014 e das Olimpíadas de 2016, a descoberta da camada de pré-sal é oportunidade a mais, embora alguns especialistas consideram que o setor não exigirá, em curto prazo, resposta substancial do mercado de seguros.

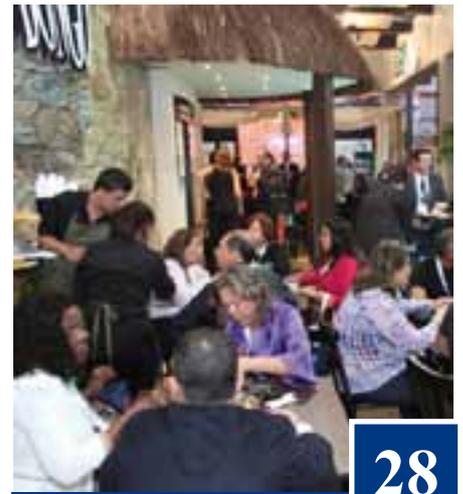
O corretor é um personagem que pode se beneficiar do lançamento de obras públicas. Os profissionais de grande e médio porte terão espaço suficiente para trabalhar. Contudo, a especialização é exigência sine qua non se quiser trabalhar com as multinacionais e concessionárias. Já o pequeno e médio corretor enfrentará um segundo desafio: usar a criatividade na prospecção de novos nichos e identificação do risco em novas demandas. Mais ainda: precisará criar uma estrutura de planejamento adequada. Boa notícia: apesar de certa inércia governamental, o volume de vendas do seguro garantia cresceu, até agora, 35,9% em relação aos números de 2012, segundo a Susep. Ou seja, o panorama só pode melhorar em 2014.



CAPA

14

Tokio Marine comemora desempenho de 2013. O diretor-executivo Comercial, Valmir Rodrigues (c), destaca a atuação da companhia.



FENACOR

28

Congresso dos Corretores de Seguros mostrou os caminhos do sucesso que o profissional deve trilhar.



DESTAQUE

36

Presidente da Federação Nacional de Capitalização, Marco Antonio da Silva Barros, fala sobre a expansão do setor.



SEMINÁRIO DA ABGR

38

Ex-ministro Mailson da Nóbrega foi o convidado especial da presidente da entidade, Cristiane Alves.



6º CONSEGURO

40

Promovida pela CNseg, conferência abordou temas relacionados ao seguro e fez projeções para 2025.

SEÇÕES

- 6 Mural
- 18 Artigo
- 24 Entidades
- 32 Previdência
- 38 Seminário
- 48 Panorama
- 52 Giro de Mercado
- 53 Planeta Seguro



Antrank Photos

MULHER NO SEGURO

50

A corretora Raquel Gomes preside a União dos Corretores de Seguros (UCS) com doses de sensibilidade e perspicácia.



INFOSUSTENTABILIDADE

20

Estudo aponta microcrédito como o mais adequado para a população que ganha até 2 salários mínimos.

Mudança no comando da Allianz no Brasil



Jaime: vivência nas áreas de seguros de vida e saúde, investimentos e finanças

A Allianz anunciou recentemente o novo CEO da Allianz Seguros no Brasil. Trata-se de Miguel Pérez Jaime, até então CEO da Allianz Po-

pular e diretor de Vida & Saúde da Allianz Seguros na Espanha. O ex-presidente Edward Lange já assumiu a responsabilidade pela One Allianz na América Latina – iniciativa global da companhia que visa melhorar a eficiência entre as diferentes empresas regionais da Allianz para atender adequadamente

às necessidades dos clientes locais. Ele traz para a nova função o conhecimento comprovado na América Latina que conquistou na Argentina,

Brasil e Chile nos últimos anos. O executivo continuará a reportar-se ao presidente das operações na Península Ibérica e América Latina, Vicente Tardio. Christina Del Ama assumirá o posto de Jaime na Espanha.

Miguel Pérez Jaime é formado em Atuária pela Universidad Complutense de Madrid. No Santander Asset Management, pertencente ao Grupo Santander, foi atuário entre os anos de 1996 e 2000. Durante pouco mais de uma década, Jaime ocupou o cargo de diretor da área de Vida da Allianz, cuja experiência o credenciou a assumir a direção geral da companhia na Espanha. Em setembro de 2011, tornou-se CEO da Allianz popular. Jaime possui larga vivência nas áreas de gerenciamento de risco, seguros de vida e saúde, investimentos e finanças.

Seguradora poderá informar os agravantes do risco

A Câmara Federal está analisando o Projeto de Lei nº 7942/10, do deputado Arnaldo Faria de Sá (PTB-SP), que obriga as seguradoras a especificar no contrato situações consideradas agravantes de riscos para o segurado. O objetivo é garantir mais clareza na relação entre o segurado e a seguradora, uma vez que, ao assinar o contrato, o cliente será informado de quais situações devem ser comunicadas à seguradora para ajustes na apólice. Um exemplo importante desse agravamento é a prática de esportes radicais, desde que seja constante na vida do segurado. Já no caso de seguro de vida, o envelhecimento não poderá ser considerado agravamento de risco, com o consequente aumento no valor do seguro. O projeto já foi apreciado pela Comissão de Defesa do Consumidor.

Segundo o relator na comissão, deputado Isaías Silvestre (PSB-MG), cabe à seguradora, que tem o corpo técnico, definir quais casos podem levar à suspensão ou aumento do valor do contrato vigente. O vice-presidente do Instituto Brasileiro de Direito do Seguro (IBDS), Paulo Piza, informou à *Rádio Câmara* que, para ser considerado como agravante, o incidente precisa mudar a vida do segurado para pior e de forma duradoura. Para ele, o projeto pode melhorar a situação do segurado na medida em que, “se a



Silvestre: companhia deve definir aumentos do valor do contrato

circunstância não estiver mencionada na apólice, e, por conseguinte, essa agravação de risco não poderia ser levantada pela seguradora, mas vai gerar uma série de discussões para que se entenda o alcance e a extensão das situações de agravação de risco que vierem a ser enumeradas na apólice”.

Este es un producto de inversión, no es un producto de ahorro, no es un producto de seguro, no es un producto de inversión, no es un producto de ahorro, no es un producto de seguro.

Corrección: este es un producto de inversión, no es un producto de ahorro, no es un producto de seguro, no es un producto de inversión, no es un producto de ahorro, no es un producto de seguro. Este es un producto de inversión, no es un producto de ahorro, no es un producto de seguro, no es un producto de inversión, no es un producto de ahorro, no es un producto de seguro. Este es un producto de inversión, no es un producto de ahorro, no es un producto de seguro, no es un producto de inversión, no es un producto de ahorro, no es un producto de seguro.



 [@BancoSeguros](#)  [BancoSeguros](#)

 **Banco de Seguros**
Financiera S.A.

Sete décadas de boas realizações

Cauê Diniz Fotografia



Kiko: consolidação de importante parceria com o corretor de seguros

Uma festa em grande estilo. Em 18 de outubro, a Marítima Seguros comemorou 70 anos de bons serviços prestados ao mercado segurador no Espaço das Américas, em São Paulo. Segundo cálculos dos organizadores, cerca de 2.500 pessoas marcaram

presença, entre diretores, executivos, colaboradores e convidados. Em um breve discurso, o presidente da companhia, Francisco Caiuby Vidigal Filho (Kiko), fez uma retrospectiva da trajetória da Marítima nesse período. “Nesses 70 anos, consolidamos uma parceria importante com o corretor, reforçamos o atendimento ao cliente e a prestação de serviços”, comentou Kiko. Ele externou sua satisfação em trabalhar com a Yasuda Seguros. “Com a venda do nosso controle acionário para o Grupo Sampo Japan Insurance, hoje estamos entre as dez maiores seguradoras do mundo”, declarou.

Bradesco Capitalização conquista prêmio de marketing pela sétima vez



Norton (c) e o superintendente do Grupo Bradesco Seguros, Gustavo Cardim (esq.)

Pela sétima vez, a Bradesco Capitalização foi vencedora do prêmio Marketing Best Sustentabilidade, organizado pela Editora Referência e a Madia Marketing School. A cerimônia da 12ª edição foi realizada em 11 de novembro, em São Paulo. O case premiado na categoria “Sustentabilidade” foi o “Projeto Tamar”, que se refere à parceria ini-

ciada em 2011. O fruto dessa parceria é o título “Pé Quente Bradesco Projeto Tamar”, que destina parte do valor arrecadado à iniciativa que monitora, pesquisa e protege o ciclo de vida das tartarugas marinhas. “O case sobre o Projeto Tartarugas Marinhas do Brasil não é apenas mais um prêmio, mas um importante reconhecimento à dedicação de colaboradores e motivo de orgulho e grande satisfação para todos da empresa”, explica o presidente da Bradesco Capitalização, Norton Glabes Labes.

BB e Mapfre: cresce procura por seguro para aeronaves

A aviação executiva é um dos responsáveis pelo aumento da procura por seguros aeronáuticos no Grupo BB e Mapfre. Em 2012, a companhia, líder nesse segmento, faturou R\$ 135 milhões. No total, foram R\$ 270 milhões arrecadados no mercado, encerrando o ano com 62% de market share. Na visão do superintendente de seguros aeronáuticos do grupo, Carlos Polízio, “a aviação executiva corresponde a 18% da nossa carteira, sendo a que mais cresce, atrás do segmento de helicópteros que operam para plataformas marítimas”.

Ainda segundo Polízio, o País é a “vedete” em venda de aeronaves executivas. É o vice-líder no ranking mundial de jatinhos, perdendo apenas para os Estados Unidos (EUA). “Recentemente, São Paulo se firmou como o primeiro mercado no mundo em concentração de helicópteros”, afirma o superintendente. Este ano, o crescimento da carteira de aeronaves da companhia, até julho último, foi 8% superior ao mesmo período de 2012. “O BB e Mapfre deve encerrar o ano com um incremento de 10% nas vendas de seguros para a aviação executiva, motivado, sobretudo, por oportunidades advindas dos setores empresarial e agronegócio”, afirmou o executivo.



São Paulo é tido como o primeiro mercado mundial em concentração de helicópteros

Foto: Plano Brasil

Rossi assume presidência de entidade internacional



Rossi (sétimo da esquerda para direita), cercado pela comitiva brasileira que o prestigiou

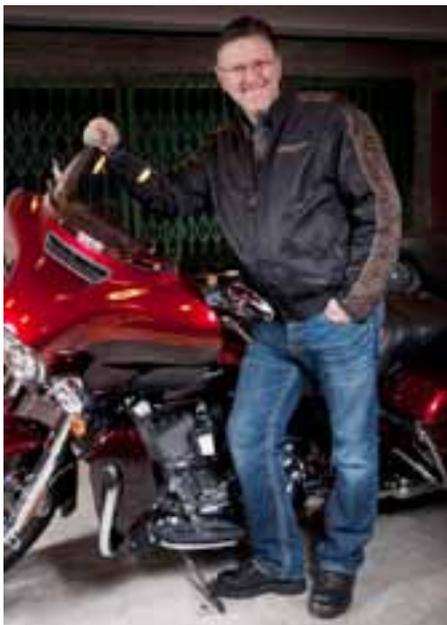
O presidente da Confederação Nacional das Seguradoras (CNseg), Marco Antonio Rossi, assumiu o comando da Federação Interamericana de Empresas de Seguros (Fides), durante a 34ª Conferência Hemisférica de Seguros, que aconteceu na Gua-

temala. Além do Brasil, participam da Fides Argentina, Chile, Bolívia, Colômbia, Equador, Costa Rica, Estados Unidos, Guatemala, Honduras, México, Nicarágua, Panamá, Espanha, Peru, El Salvador, Paraguai e Venezuela. O mandato de Rossi terá

duração de dois anos.

Rossi destaca que a federação abrange uma comunidade francamente diversa e ampla que alcança as Américas do Sul, Central e do Norte, o Caribe, a Europa por meio da participação da Espanha. “Com importância equivalente, essa rica comunidade de nações nos oferece grandes oportunidades para ampliar a troca de experiências e fortalecer a atuação das empresas de seguros nas áreas de abrangência da federação”, ressalta o presidente da CNseg. Com mais de 50 anos de experiência em assuntos da área securitária, a Fides é representada por 18 países da América Latina, Estados Unidos e península Iberica.

Ela é um ícone sobre duas rodas. Só faltava o seguro



Morawski e uma reluzente Harley-Davidson: seguro, agora, para motos zero-quilômetro

Fundada há 110 anos, ela já foi símbolo dos adeptos no estilo “pé na estrada” e sua aparição no impagável *Easy Rider* (1969), com Dennis Hopper e Peter Fonda, conquistou o mundo. Merecidamente as clássicas Harley-Davidson ganharam um seguro anunciado em São

Paulo numa coletiva de imprensa. Motos zero-quilômetro, agora, serão protegidas ao circularem por todo o País. No Brasil, o produto foi desenvolvido por meio de um contrato de parceria entre a Harley-Davidson Financial Services e o Grupo Bradesco Seguros.

“A oferta do seguro é uma ótima opção para que protejam o bem. Do nosso lado, aprimoramos a experiência deles com a marca e a deixamos mais premium e exclusiva”, afirma o diretor-superintendente comercial da marca no Brasil, Longino Morawski. O seguro permitirá a manutenção, por um ano, sem depreciar o valor do bem, a partir de sua contratação e desde que haja efetivamente a compra da motocicleta na concessionária.

O seguro será acionado quando for decretada a indenização integral, garantindo ao proprietário o valor de uma moto zero-quilômetro, sendo este o primeiro sinistro

da apólice. A cobertura inclui, até o valor de R\$ 10 mil, os acessórios originais adquiridos nas concessionárias da marca. Oferece, ainda, coberturas para danos causados na motocicleta e a terceiros, bem como serviços de assistência dia e noite, com quilometragem livre.

“Na Harley-Davidson, valorizamos o relacionamento com os nossos clientes e sua experiência de possuir uma motocicleta como esta”, avaliou o diretor regional da Harley-Davidson para a América Latina, John Klein. Segundo ele, o novo seguro oferecerá ainda mais opções para proteger esse investimento e aumentar o prazer de pilotar uma ‘Harley’. Para o presidente da Bradesco Auto/RE, Tarcísio Godoy, a companhia sente orgulho de aliar seu nome a esse “ícone” no mercado. “É uma honra ser a seguradora de uma marca cobiçada como a Harley-Davidson”, comentou. (CAP)

Programa Nosso Corretor Tokio Marine

Você faz bons
negócios e
resgata ótimos
prêmios.

Há mais de 70 anos, o Programa Nosso Corretor distribui prêmios e vantagens e relacionamentos com você, Corretor da Targa, nosso principal parceiro de negócios. No Programa, sua produção é convertida em pontos para resgate em prêmios, até milhares de produtos disponíveis.

Conheça agora nossos e resgate prêmios!
Acesse www.tokiomarine.com.br
e saiba como participar do Programa Nosso Corretor.

Seja qual for o seu negócio, você pode ganhar pontos para resgatar prêmios e vantagens em produtos e serviços que melhoram sua vida.



Siga-nos



@TokioMarineBR

#TokioMarineSeguros



**TOKIO MARINE
SEGURADORA**

AV. PAULISTA, 1.511 - 15.º ANDAR - SÃO PAULO - SP

Empresária da saúde sobe a rampa do Planalto



Dilma cumprimenta Ana Elisa, observada pelas empresárias, que integraram comitiva de 52 mulheres

Em 8 de outubro, a CEO do Grupo Santa Celina, Ana Elisa Siqueira, teve um encontro ilustre. Em Brasília, reuniu-se com a presidente da República Dilma Rousseff no Palácio do Planalto. Ana

Elisa integrava um grupo de 52 empresárias brasileiras, liderado por Luiza Helena Trajano, que comanda a rede de varejo Magazine Luiza. Esta é a primeira vez que a presidente Dilma se reúne apenas

com lideranças femininas e o encontro serviu para que as empresárias apresentassem necessidades e propostas para diferentes segmentos produtivos.

Representando o setor de saúde, a CEO do Grupo Santa Celina, ressaltou que “existe hoje a necessidade da criação de interface entre setor público e privado na área. Em outras, como indústria e varejo, os modelos de gestão são aproveitados pelo setor público para um maior ganho de eficiência e produtividade. Na saúde ainda não trabalhamos desta forma”. Em sua análise, “a criação de discussões entre estes dois setores pode trazer ao setor público modelos de gestão e soluções inovadoras e sustentáveis”. Ela defende a adoção de políticas de promoção à saúde e prevenção de doenças direcionadas por protocolos e voltadas a resultados assistenciais e financeiros.

O trabalho das seguradoras, segundo os corretores



Galiza coordenou estudo que mostrou a opinião dos corretores sobre a atuação das companhias

Os resultados da Pesquisa para Melhoria Contínua do Mercado de Seguros (PMC 2013) foi apresentada pelo Sindicato dos Corretores de Seguros no Estado de São Paulo (Sincor-SP) a um grupo seletivo de convidados em São Paulo, durante o encontro “Sincor-SP Vem Até Você - Regional Centro”. Duas perguntas básicas

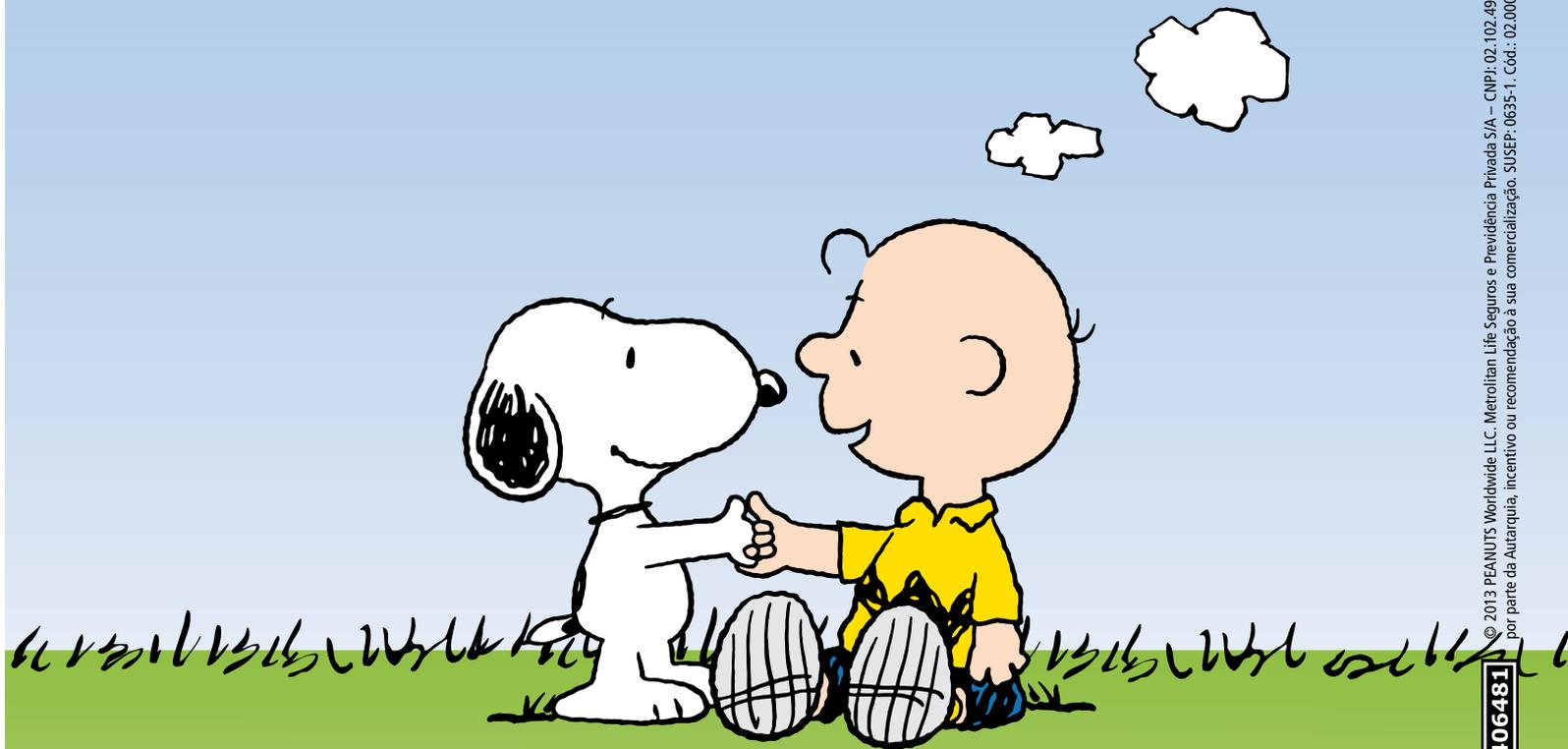
da pesquisa são as seguintes: Qual a opinião dos corretores de seguros sobre a qualidade e a criatividade dos produtos oferecidos pelas seguradoras ao consumidor? Segundo: O que eles pensam sobre a precificação dos seguros? A PMC 2013 é um trabalho coordenado pelo consultor econômico do Sincor-SP, Francisco Galiza.

A pesquisa colheu a opinião dos corretores de seguros atuantes no Estado, associados ou não associados à entidade, sobre sete itens importantes relevantes na relação corretor/seguradora. Os tópicos abordam política de comissões, eficiência na cotação e na liquidação de sinistro, padrão de atendimento comercial, competência na emissão das apólices, precificação dos seguros e produtos oferecidos aos segurados. Os corretores atribuíram notas que vão de excelente (5) a ruim (1). Participaram da pesquisa

quase 2 mil corretores, que representam 6% do total de profissionais da categoria no Estado.

“As seguradoras apoiaram esse estudo porque querem melhorar o serviço. Cada companhia saberá de sua avaliação individualmente num segundo momento”, comentou Galiza. Caso alguma companhia queira conhecer a sua posição na pesquisa, poderá solicitar os dados diretamente ao sindicato. “A PMC visa buscar referências e graduações sobre itens relevantes na relação corretor de seguros/seguradoras. Nosso objetivo é que, tanto um, quanto o outro, possa prestar serviços cada vez melhores e mais reconhecidos pelo consumidor, proporcionando, por fim, uma satisfação do cliente e uma maior lucratividade”, conceituou o presidente do Sincor-SP, Mário Sérgio de Almeida Santos. *(Carlos Alberto Pacheco)*

MetLife Dental.
Você já pensou como
proteger o seu sorriso?



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

ANS Nº 406481



Tokio Marine celebra excelentes resultados de 2013



*A expectativa é de que
a seguradora termine o
ano com R\$ 2,6 bilhões
de prêmios*

O ano ainda nem terminou e a Tokio Marine Seguradora já tem bons motivos para comemorar. A começar pelo crescimento de 35% no volume de prêmios emitidos em doze meses, considerando o período entre setembro de 2012 e agosto de 2013. Neste intervalo, a companhia atingiu a marca de R\$ 2,5 bilhões em prêmios emitidos. A expectativa é de que a seguradora termine o ano de 2013 com a cifra de R\$ 2,6 bilhões de prêmios.

“Os resultados e as conquistas da nossa companhia somente foram possíveis com o forte trabalho e a dedicação de nossos corretores e assessorias. E graças a nossa estreita parceria, temos obtido um excelente desempenho. Nós agradecemos a confiança e reafirmamos o compromisso de oferecer aos nossos parceiros de negócios, a cada dia, uma seguradora ainda melhor e mais próxima”, comemora o diretor-executivo Comercial, Valmir Rodrigues.

Segundo ele, a companhia está focada na identificação de novos nichos de mercado e de produtos que possam atender às necessidades de segmentos como o de pequenas e médias empresas. “Esta é a filosofia do novo presidente da Tokio Marine, José Adalberto Ferrara. Ele assumiu o cargo em julho com a missão de dar continuidade ao direcionamento estratégico da companhia e seguir com o Plano Vencer, iniciado há dois anos”, afirma Valmir Rodrigues.

Lançamento de produtos e serviços

A Tokio Marine Seguradora termina o ano com uma série de lançamentos de produtos e serviços que vão facilitar ainda mais a vida de seus clientes e alavancar os negócios de seus parceiros. Entre os novos produtos estão o Seguro Vida em Grupo

PME e o Seguro Residencial Premiado Fácil. No primeiro, voltado ao segmento das micro, pequenas e médias empresas, é possível cotar de 3 a 500 vidas, com limite de capital de até R\$ 300 mil. O prêmio mínimo mensal será de R\$ 50. O seguro oferece coberturas e capitais segurados que podem ser adaptados de acordo com as convenções coletivas de diversas categorias profissionais.

O processo de cotação e implantação da apólice é feito online por meio do Portal do Corretor, onde os parceiros de negócios podem fazer diversas simulações e acompanhar o status da cotação e emissão da apólice. Os diferenciais do produto são o novo cotador, a forma de contratação das coberturas, os limites de capital segurado e os novos serviços como Cesta Natalidade (Básica e Completa), Cartão Alimentação (com recargas de crédito para três, seis, nove ou 12 meses) e Assistência Empresarial para empresas que ocupam área de até 2 mil metros quadrados.

Já o Residencial Premiado Fácil é exclusivo para clientes na renovação do Seguro Tokio Marine Auto. O grande diferencial do produto é que o valor do Seguro Residencial pode ser abatido da franquia do Seguro Auto, em caso de sinistro. A companhia oferece condições de pagamento à vista, em seis ou em até 12 vezes sem juros no débito em conta-corrente. Todo o processo de oferta do produto ao cliente pode ser feito pelo Corretor em apenas quatro cliques, facilitando o fechamento do negócio. O

profissional também recebe a comissão integral na emissão da apólice, independente da forma de pagamento escolhida pelo cliente. Até dezembro, a seguradora lançará um produto para caminhões.

Preocupada em oferecer os melhores serviços a seus corretores, assessorias e clientes, a Tokio Marine investe cerca de R\$ 100 milhões por ano em tecnologia. Este ano, dois grandes projetos que a seguradora está concluindo são o Portal Autoatendimento e o Portal Nossa Assessoria. No primeiro, o cliente terá acesso, em uma área logada no site da Tokio Marine, às seguintes funcionalidades dos seguros Auto e Residencial: segunda via de apólice, boleto de pagamento, aviso e acompanhamento de sinistros e agendamento de vistoria prévia de veículos em caso de sinistro. As demais funcionalidades do Autoatendimento continuarão disponíveis para consulta no site.

Já o Portal Nossa Assessoria tem como objetivo proporcionar uma ferramenta de gestão mais adequada às necessidades destes parceiros de negócios. Por meio deste canal, as assessorias terão uma visão gerencial e contábil de todos os corretores associados, facilitando a operação, um dos grandes diferenciais do portal. Os dois portais estarão em funcionamento até dezembro.



Valmir Rodrigues cumprimentou os corretores presentes ao *Expertise*

Proteção e tranquilidade são marcas da companhia

A Tokio Marine Seguradora coloca à disposição do mercado brasileiro um amplo leque de soluções para clientes pessoa física e jurídica, nas Divisões de Seguros Massificados e Corporativos. A primeira divisão contempla os seguros de Automóvel, Frotas, Residencial, Condomínio, Perda e Roubo de Cartões e Equipamentos Portáteis, além dos seguros de Vida, Acidentes Pessoais e Prestamista para empresas. Já a carteira de Produtos Corporativos (PJ) inclui seguros para Pequenas, Médias e Grandes Empresas, Seguro de Transportes, Riscos de Engenharia, Riscos Nomeados e Operacionais, Seguro Garantia,

Responsabilidade Civil, Equipamentos, Náutico e Embarcações.

Entre os canais de atendimento que a seguradora disponibiliza está o Portal Nosso Corretor, onde os parceiros encontram as ferramentas para a realização de negócios, e o Autoatendimento, no site institucional. Nesta plataforma, clientes e corretores podem acessar diversos serviços como segunda via do boleto de pagamento, abertura de aviso de sinistros (automóvel, terceiros, empresarial, residencial, condomínio, vida, agronegócio, equipamento), segunda via de apólices e agendamento de vistoria para sinistro.

O Autoatendimento também per-

mite o acompanhamento on-line dos sinistros, para que todos os envolvidos possam verificar o andamento do processo, e disponibiliza a relação de oficinas credenciadas. Ainda no site da Tokio Marine é possível acessar o atendimento online via chat.

Outros canais à disposição são a Central de Atendimento (0300 33 TOKIO), Assistência 24 Horas (Auto 0800 31 TOKIO, Frota 0800 32 TOKIO), Serviço de Atendimento ao Cliente – SAC (0800 703 9000), Ouvidoria e Disque Fraude. A companhia também interage com seus Corretores, Clientes e Colaboradores pelas mídias sociais com páginas no Facebook, Twitter e YouTube.

18º Congresso Brasileiro Dos Corretores de Seguros

Foi um sucesso a participação da Tokio Marine Seguradora no 18º Congresso Brasileiro dos Corretores de Seguros, realizado pela Federação Nacional dos Corretores de Seguros Privados e de Resseguros, de Capitalização, de Previdência Privada, das Empresas Corretoras de Seguros e de Resseguros (Fenacor), no Rio de Janeiro, entre os dias 16 e 18 de outubro. Como seguradora oficial do evento, a Tokio Marine assegurou as coberturas de responsabilidade civil exposições e feiras e acidentes pessoais coletivo para garantir segurança e tranquilidade aos congressistas.

Liderados pelo presidente José Alberto Ferrara, os executivos da companhia receberam os parceiros de negócios em um estande de 140 metros quadrados decorado com o tema Cancún, destino turístico do próximo Encontro de Corretores

Diamante, a ser realizado em abril de 2014. Também participaram do evento o diretor-executivo Comercial, Valmir Rodrigues, o diretor-executivo de Massificados, Marcelo Goldman, o diretor-executivo técnico Corporativo, Felipe Smith, o diretor comercial Nacional Varejo, João Melo, O diretor comercial Corporate, José Luis Franco, o diretor comercial SP Capital e Interior, João Luiz de Lima e a diretora comercial Varejo MG/CO, Márcia Radavelli, além de superintendentes e gerentes de sucursais.

A Tokio Marine colocou em prática uma série de ações de marketing e relacionamento com corretores e assessorias. Os convidados que visitaram o estande da seguradora puderam apreciar os logotipos das empresas parceiras da Tokio Marine em um grande painel de TVs, além de receber bottons personalizados com as lo-

gomas das corretoras e a edição especial da Revista Parceria e Negócios, publicação produzida pela companhia, cuja capa foi customizada com fotos dos corretores tiradas no local. Os corretores também tiveram a oportunidade de publicar fotos personalizadas no Facebook.

A companhia também realizou uma ação especial de marketing, reforçando a sua marca no Rio de Janeiro, cidade sede do evento. Entre os dias 12 e 27 de outubro, uma frota de cem táxis foi personalizada com publicidade da Tokio Marine no vidro traseiro e interior dos veículos.

“Mais uma vez, ficamos muito felizes com a nossa participação no congresso. É sempre uma grande alegria participar do maior evento do setor no Brasil e celebrar os resultados do relacionamento que mantemos com nossos corretores e assessorias. Esta é a marca da nossa companhia”, afirma o diretor-executivo da Tokio Marine Seguradora, Valmir Rodrigues.

Forte atuação no segmento pessoa jurídica

Com expertise internacional e um amplo leque de soluções para o mercado corporativo, a Tokio Marine Seguradora trouxe renomados executivos do Japão para ministrar palestra no X Seminário Internacional de Gerência de Riscos e Seguros, promovidos pela Associação Brasileira de Grandes Riscos (ABGR), e na segunda edição do evento Expertise – Tokio Marine e Você, em Conexão Global.

Entre os dias 21 e 23 de outubro, na Câmara Americana de Comércio Brasil-Estados Unidos (Amcham), em São Paulo, foi realizado o X Seminário Internacional de Gerência de Riscos e Seguros. Nesta edição, além de compartilhar a experiência internacional do Grupo Tokio Marine com o mercado brasileiro de seguros, a companhia apresentou palestras de executivos da Tokio Marine & Nichido Fire Insurance.

Com mais de 30 anos de experiência, o especialista Nick Okabe atua na área de seguro corporativo e abordou o tema Business Continuity Plan BCP (Gestão de Continuidade de Negócios). Em palestra no primeiro dia do evento, ele utilizou um estudo de caso sobre o terremoto seguido de tsunami ocorrido no Japão em 2011 como ponto de partida para explicar como as organizações podem seguir com as entregas de seus produtos e serviços após um incidente de grande proporção, lançando mão do Plano de Continuidade de Negócios.

De acordo com o palestrante, o objetivo do plano é preparar as companhias para recuperar danos e manter os clientes no caso de incidente de grandes proporções, mantendo os padrões ou até mesmo elevando o nível de qualidade. O BCP pode ser

usado em todos os tipos de situações e segmentos de atuação, independentemente do porte da empresa. Para isso, é preciso considerar as probabilidades de enfrentar diversos tipos de riscos, avaliá-los e minimizá-los.

Já o gerente-geral da Divisão de Riscos de Engenharia, executivo Masakazu Koshimoto, ministrou uma palestra no dia 23 sobre projetos, seguros para grandes obras de construção, atrasos e perda de lucro, entre outros temas. Além de patrocinar o evento e trazer os especialistas internacionais, a Tokio Marine também montou um estande na feira Expo Risco 2013, local em que os corretores puderam encontrar os executivos para conhecer o portfólio de produtos pessoa jurídica da Tokio Marine. Além do presidente José Adalberto Ferrara, receberam os convidados o diretor-executivo Comercial, Valmir Rodrigues, o diretor-executivo Técnico Corporate, Felipe Smith, e o diretor comercial Corporate, José Luís Franco.

Expertise

No dia 24 de outubro, a Tokio Marine promoveu, em São Paulo, a segunda edição do Expertise, um evento sobre Grandes Riscos destinado a corretores que atuam no segmento Corporate. Este ano, além de Masakazu Koshimoto, que participou da ABGR, a companhia trouxe ao Brasil o geren-

te-geral da Divisão de Riscos de Energia, Hiroshi Kondo, também da Tokio Marine & Nichido Fire Insurance, que falou sobre seguros de empresas que atuam na exploração petrolífera.

“Com presença em 38 países e uma atuação consolidada em grandes riscos, o Grupo Tokio Marine é, sem dúvida, uma referência nessa área. Por isso, convidamos nossos parceiros de negócios para ouvir e compartilhar ideias com dois importantes representantes da companhia no Japão. Os temas de discussão foram muito relevantes já que o Brasil tem grande demanda para a construção de obras de infraestrutura, independente da Copa do Mundo e das Olimpíadas, e um enorme potencial de desenvolvimento com as atividades de exploração do pré-sal, por exemplo”, afirma o diretor-executivo Técnico Corporate da Tokio Marine, Felipe Smith.

O Expertise contou com a presença de cerca de cem corretores que atuam na área. A abertura foi feita pelo presidente da companhia, José Adalberto Ferrara. Além das palestras, a programação incluiu espaço para networking, coquetel



Valmir, Felipe Smith (primeiro à dir.) e executivos prestigiaram evento da ABGR

União aumenta representatividade, não apenas política mas também nos negócios



*Manuel Matos
Corretor de seguros e
gestor da Rede ICP Seguros*

As recentes mudanças normativas que afetam a profissão dos corretores reforçam a importância de a categoria profissionalizar ainda mais seus negócios. Cada vez mais o corretor e sua empresa precisam de uma infraestrutura que permita competir em igualdade com os grandes canais de distribuição.

Muitas vezes a união de corretores de seguros vai além da coalizão na política sindical, como vemos bons exemplos atualmente. A soma de forças pode ser diretamente aplicada e muito eficaz nas corretoras de seguros. O processo de consolidação dessas empresas já vem sendo anunciado há algum tempo e é considerado por muitos especialistas como irreversível. Fatores como a união de corretoras com especialização em riscos e carteiras diferentes garantem uma melhor posição no mercado em relação à concorrência, por isso, corretores de todos os portes terão que analisar a participação nesse processo.

São vários os modelos de consolidação no mercado, e o melhor para o corretor é aquele que ele se adapta às suas necessidades empresariais e pessoais. Alguns modelos garantem unificação de marca para otimizar investimentos em divulgação, outros também uma retaguarda que possibilita à corretora competir

em igualdade de condições com todas as grandes redes de varejo.

A indústria de seguros está em transformação e crescimento no Brasil, um país de oportunidades. Nesta tendência, trabalho em um modelo inovador de negócios que alia a dispersão geográfica de seus pontos com a expertise de atuar na economia digital: a Rede ICP Seguros, uma cadeia formada por corretoras de seguros voltadas à distribuição de varejo de serviços.

As corretoras passam por um processo de credenciamento como Autoridades de Registro (AR's) que as habilitam a emitir certificados digitais e adquirem conhecimento para atuarem com documentos eletrônicos e vendas online. Com o investimento neste negócio, muitas empresas foram reinventadas e têm ótimo retorno financeiro – a área de certificação digital representa um incremento médio de 25% nas receitas das corretoras.

Os negócios desses corretores de seguros são impulsionados com importantes vantagens para atuar num mercado competitivo. Primeiro eles intensificam relacionamentos, já que a validação do documento eletrônico é feita presencialmente e com isso obtêm novos clientes não apenas em certificação digital, mas em seguros. Ao se tornar uma AR a

corretora aumenta a sua credibilidade perante os clientes, pois se torna uma espécie de cartório de documentos para o meio eletrônico. Credenciar a empresa como AR pode ser uma boa opção, sobretudo, para os corretores de seguros de cidades distantes das capitais do País, onde a corretora atua localmente e ganha uma marca com presença nacional.

Também buscamos proteger as empresas: o fato de a ICP manter parceria com diversas Autoridades Certificadoras garante aos membros o atendimento de uma maior quantidade de clientes. Tudo isso visa potencializar a atividade do corretor tanto na certificação digital quanto em seguros. Por se tratar de especialistas na distribuição do varejo de serviço, como os enxergo, nada impede que agreguem novos produtos.

Este é o modelo que desenvolvi, mas há outras diversas propostas. O corretor que não aderir a algum dos vários modelos de consolidação existentes, não necessariamente sairá do mercado, porém terá mais dificuldades de crescer sozinho. Ele pode querer continuar pequeno, também é uma opção. No entanto, assim como na política sindical ou de governo, é preciso buscar representatividade se quiser ganhar voz e força para crescer cada vez mais.

Microcrédito, prevenção à saúde e previdência

Projetos visam valorizar a sustentabilidade humana e fazem um alerta aos riscos



Microcrédito Itaú vem beneficiando pequenos empreendedores

Prêmio Antônio Carlos de Almeida Braga. Trabalhos (resumos): 1. Projeto Itaú Microcrédito. Autor: Fernanda Bianco. 2. Programa Idade Ativa – SulAmérica Seguros. Autores: Elizabeth Christiane Vignol Gutierrez, Andrea Mitiko Goto Hanai, Raquel Chinarro Martin e Jacqueline Caballero Minamioka. 3. Previdência sem blablaba – SulAmérica Seguros. Autores: Fabiano Lima, Adriana Nannini, Renata Soares, Natalia Pisani e Claudia Lobato.

Finalizando a apresentação dos trabalhos que ganharam o Prêmio Antônio Carlos de Almeida Braga de 2012, os três projetos a seguir focam a valorização da sustentabilidade humana, conduzindo, orientando ou prevenindo riscos.

Produtos acessíveis

Projetos como o do Itaú Microcrédito buscam proteger a população que ainda não tem cultura de seguros e não disponibiliza de grandes montantes para a contratação. O produto traz soluções para minimizar os impactos que um imprevisto pode causar na vida dos clientes, protegendo sua família. Além disso, o seguro conta com a assistência funeral para o tomador de crédito e com uma

assistência alimentação em forma de tíquete.

Em caso de sinistro por morte, a assistência alimentação será disponibilizada em forma de cartão para a família do cliente, e em caso de invalidez para o próprio cliente. Junto com o cartão, o beneficiário receberá uma senha para efetuar as compras dos itens de alimentação. O valor a ser creditado é de R\$ 400, dividido em

quatro parcelas de R\$ 100. A ideia é que o cliente - em sua maioria não 'bancarizado' - tenha uma orientação de como funciona o cartão, a senha e que trabalhe com limites de valores, nesse caso R\$ 100 por mês.

Pagar os R\$ 400 em uma única parcela seria operacionalmente mais fácil e financeiramente mais barato, porém se perderia uma oportunidade de trabalhar com as características financeiras importantes: a administração das parcelas e a administração do cartão.

Prevenção de saúde

Focar em saúde e prevenção: este é o objetivo da SulAmérica Seguros, que, com o Programa Idade Ativa, pretende conhecer as condições de saúde dos idosos e identificar as principais ações que podem ajudar na melhora dessas condições, por meio de manutenção da independência e autonomia, bem como a utilização sustentável dos serviços de saúde.

O intuito do Idade Ativa é,

apesar das progressivas limitações que possam ocorrer, proporcionar aos idosos um envelhecimento saudável por meio de ações educativas, capacitação para o autocuidado e suporte em situações de urgência médica, além de avaliar os impactos dessas ações na utilização dos serviços médicos e nos custos com saúde.

Previdência sem complicação

Descomplicar é o objetivo do portal Previdência sem Blá Blá Blá. O site de previdência privada da SulAmérica (www.previdenciasemblablaba.com.br) apresenta todas as informações de forma simples e interativa, com conteúdo que contribui para a educação financeira das pessoas. O portal esclarece as questões mais comuns sobre o tema com vídeos com dicas de como fazer previdência, previdência social e privada, PGBL X VGBL, idade adequada para fazer um plano e o perfil dos investidores.

Essa simplificação na linguagem auxilia principalmente os jovens em sua educação financeira no tema previdência privada, assunto que todos devem conhecer para poder planejar seu futuro. Além disso, o canal traz um simulador que orienta o usuário em cada etapa a



Programa estimula melhor qualidade de vida por meio da prática de exercícios

Microfinanças garantem renda da população

Estudo do CBDS aponta: microcrédito é adequado para quem ganha até 2 SM



Profissionais do mercado financeiro e segurador compareceram ao evento

Carlos Alberto Pacheco

O crescimento excepcional da classe média no Brasil e a inserção dos consumidores de baixa renda no universo do consumo estão merecendo análises, pesquisas, debates, eventos com painéis específicos e publicações. Nesse último quesito, o Conselho Empresarial Brasileiro para Desenvolvimento Sustentável (CEBDS) trouxe a sua contribuição ao lançar, no dia 29 de outubro, o estudo “Microfinanças: Microcrédito e Microseguros no Brasil: O Papel das Instituições Financeiras”, na sede da Allianz Seguros, em São Paulo. Cerca de 50 profissionais dos mercados financeiro e segurador estiveram presentes ao acontecimento.

O estudo ressalta que o microcrédito se consolida, hoje, como o mais adequado para a população de baixa renda, historicamente à margem do sistema financeiro. Os dados não mentem: no Brasil há 52,8 milhões de pessoas acima de 16 anos excluídas do mercado financeiro formal e 40% da população economicamente ativa vive na informalidade. É um percentual expressivo.

A publicação revela que a microfinança tem potencial de minimizar a

desigualdade social e gerar a sustentabilidade financeira no País. A presidente da CEBDS, Marina Grossi, endossa a tese: “Os programas de microfinanças – incluindo crédito, seguro e outros produtos do mercado financeiro para pequenos empreendedores, formais ou

informais – estão entre as mais promissoras estratégias de combate à exclusão social na atualidade”.

Os bancos Bradesco, Santander, Itaú, Caixa Econômica Federal, Banco do Brasil e as seguradoras Allianz Seguros, BB e Mapfre e Bradesco Seguros participaram do estudo e contribuíram com suas experiências de implementação desses produtos em suas carteiras. Mais dados reveladores: no mundo, cerca de 25 bilhões de dólares são aplicados por ano pelo setor de microfinanças, o suficiente para atender apenas 10% da demanda. Mas o número é insignificante quando se compara com os US\$ 225 trilhões que o mercado financeiro global movimenta anualmente. Já no Brasil as carteiras de microfinanças operam com R\$ 1,8 bilhão, patamar igualmente pequeno quando se leva em conta a demanda reprimida existente.

O professor da Fundação Dom Cabral Cláudio Boechat, defendeu a ideia de que o assunto merece ampla discussão. “Precisamos tratar não só de microcréditos e microsseguros. Propomos o tema microfinanças como um todo, para que possamos imaginar nosso país nesse processo de fato inclusi-

vo, por meio do mercado financeiro”, afirmou. Segundo o estudo, as companhias estimam que há um público de 100 milhões de pessoas para comprar microsseguro. Entre abril a agosto último – após a regulamentação do microsseguro – três seguradoras venderam R\$ 4,51 milhões em prêmios de acordo com a Superintendência de Seguros Privados (Susep). Para a Confederação Nacional das Seguradoras (CNSeg), o setor tem potencial para fechar o ano com R\$ 16,49 milhões em prêmios e quintuplicar esse montante em 2016.

Baixa penetração

Na avaliação da superintendente de Relações com o Mercado da CNseg, Maria Elena Bidino, o seguro, de forma geral, exibe pequena penetração em todas as classes, “sobretudo a população de baixa renda”. As empresas estudam uma maneira de entrar no mercado de microsseguro. “É necessário desenhar um produto específico, que tenha a linguagem adequada e atenda às necessidades. É preciso quebrar paradigmas no seguro”, defendeu.

O estudo diz mais – ao contrário de iniciativas filantrópicas, os programas de microfinanças geram benefícios para o empreendedor e a vizinhança, pois 70% da renda gerada pelos pequenos empreendimentos circulam dentro da comunidade em que vivem. Segundo o Banco Central um quarto da população brasileira é formada por microempreendedores. Se tivessem crédito orientado poderiam fazer crescer seus negócios. Mas apesar desse cenário favorável, ainda há uma série de dificuldades e peculiaridades regionais que dificultam essa inclusão: mudança de linguagem, treinamento, educação financeira e distribuição.

Brasileiros desconhecem o turismo ambiental

Fabiano Costa



Parque Nacional dos Abrolhos: santuário possui baixa frequência

“Turismo e meio ambiente, oportunidades para o desenvolvimento econômico e social, com respeito ambiental” foi o tema apresentado em seminário promovido pela organização Lide Sustentabilidade, em São Paulo, no auditório Omint. O encontro reuniu mais de cem líderes empresariais. O tema foi abordado em diferentes ângulos pelos palestrantes, sobretudo a questão do melhor aproveitamento dos recursos naturais do País, de forma rentável,

com exploração consciente do potencial das áreas verdes.

“O Brasil não sabe explorar seu potencial turístico”. Com essa afirmação, o presidente do Lide Sustentabilidade e fundador da SOS Mata Atlântica, Roberto Klabin, abriu o encontro na noite do dia 15 de outubro. Ele tratou o assunto de forma crítica.

“Tivemos 5,6 milhões de visitantes internacionais no Brasil em 2012. Esse número não cresce porque não sabemos explorar nossos potenciais turísticos”, revelou. Na ótica de Klabin, há uma expectativa do governo de que o contingente cresça para 7 milhões de turistas na Copa de 2014 e para 12 milhões em 2020. “Acho muito difícil que isso aconteça porque o turismo não é visto como prioridade para o País”.

Uma das saídas apontadas pelo

presidente da Lide e, assim, melhor aproveitar o interesse dos turistas estrangeiros, sobretudo os 59 milhões de pessoas que compõem o turismo doméstico é incentivar a visita aos parques nacionais. “Ainda se desconhece a importância dos parques e o aproveitamento que se pode fazer deles”, afirmou. Klabin disse que, hoje, apenas 1,5% de brasileiros – cerca de 3 milhões de pessoas – visitam as reservas, “seja por falta de informação, incentivo ou falta de estrutura”.

As estatísticas provam que o acervo turístico reage conforme o número de visitas. Dos 68 parques nacionais existentes, apenas 26 estão abertos ao público e somente três concentram os turistas – Tijuca, Iguaçu e Brasília, que têm mais infraestrutura. Os demais parques, como o de Abrolhos, no sul da Bahia, que recebiam um número expressivo de visitantes, viu esse número cair ao longo dos anos em decorrência da piora na infraestrutura.

Quem ganha até R\$ 700, sofre para chegar ao trabalho

Apesar de a população em geral auferir melhor renda e ter adquirido carros, os mais pobres sofrem com os maiores problemas de mobilidade urbana nas grandes cidades brasileiras. Entre as pessoas com renda per capita de meio a um salário mínimo, 17% passam mais de uma hora no deslocamento de casa ao trabalho. Essa proporção é 6% superior à registrada nas famílias mais ricas (acima de 5 salários).

Os extremamente pobres, que ganham até R\$ 170, por outro lado, passam tempo menor em engarrafamentos (58% gastam menos de 30 minutos). Essa situação, porém, reflete a falta de condições de mobilidade desse estrato da população, que se vê obrigado a trabalhar em locais próximos de casa por

não poder pagar os custos do transporte. Esses são alguns dos dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD/IBGE) 2012 sobre os deslocamentos casa/trabalho, assim como sobre a posse de veículos automotores e o acesso à política de auxílio-transporte, apresentados pelo Instituto de

Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea), em outubro, durante a coletiva de divulgação do Comunicado nº 161 – Indicadores de mobilidade urbana da PNAD.

“O padrão de mobilidade urbana no Brasil vem se alterando nos últimos anos com o aumento acelerado da taxa de motorização da população,



Brasileiro enfrenta congestionamentos em vários pontos da cidade

o que significa mais acidentes de trânsito, maior poluição veicular e perda de tempo em função dos congestionamentos nos centros urbanos”, diz o texto do comunicado. Entre 2008 e 2012, a proporção de domicílios com algum tipo de veículo privado saltou oito pontos percentuais.

Florestas já possuem seguro contra as intempéries



Florestas de pinus têm proteção contra incêndios, raios e chuvas excessivas

O Grupo Segurador Banco do Brasil e Mapfre lançou recentemente um seguro específico para o segmento florestal, um dos mais importantes na cadeia do agronegócio, que visa reduzir a emissão de carbono da atmosfera. Disponível nas agências do BB, o Seguro Personalizado

- Floresta ABC, assegura proteção às florestas financiadas pelo Programa de Agricultura de Baixo Carbono (ABC), instituído pelo governo federal.

O mérito do programa está no estímulo dos investimentos necessários à incorporação de tecnologias de

ramento do manejo de florestas comerciais. O Banco do Brasil financia esses projetos e, agora, oferece o seguro com condições diferenciadas.

Destinado a produtores rurais (pessoas físicas e jurídicas) e indústrias de papel e celulose, o seguro protege plantações de eucalipto, pinus e outras espécies florestais contra incêndios, raios, chuvas excessivas, geada, granizo, estiagem, ventos fortes e até queda de aeronaves. Em caso de sinistro, a indenização é determinada sobre os custos da plantação e manutenção da floresta ou pelo valor comercial dependendo da idade da floresta. “O principal objetivo do seguro é mitigar possíveis riscos, sendo o principal parceiro do empresário na sustentabilidade do seu negócio”, comenta o diretor geral de Rural e Habitacional do grupo, Luis Carlos Guedes Pinto.

E os transportes de carga também estão segurados

Outro lançamento partiu da AIG Seguros. A companhia trouxe para o Brasil o Seguro Ambiental para Transportes, oferecendo cobertura para possíveis danos que uma carga, seja perigosa ou poluente, possa causar ao meio ambiente e a terceiros. Esse produto cobre todos os custos de limpeza, que incluem remoção, remediação e disposição final dos resíduos gerados. “A apólice da AIG também cobre os custos relacionados à investigação e ao monitoramento da contaminação do solo, das águas de superfície e lençóis freáticos, e não se limita a situações súbitas e acidentais, ou seja, ampara também situações graduais”, afirma a engenheira ambiental e responsável pela subscrição de riscos ambientais na AIG Nathalia Gallinari.

A engenharia explica que, normalmente, as coberturas são válidas

apenas por três dias. No caso da AIG, “mesmo que o problema seja identificado após as 72 horas iniciais, o risco estará coberto”. O seguro ainda oferece proteção automática para o tanque de combustível do veículo transportador. O segurado tem a sua disposição uma estrutura de assistência 24 horas no atendimento emergencial, além de mais de 250 pontos de atendimento distribuídos estrategicamente.

Nathalia enfatiza que o seguro cobre lucros cessantes dos terceiros em decorrência da paralisação de suas ope-



Seguro da AIG oferece cobertura para danos de cargas perigosas

rações em um evento de poluição, além de riscos não acidentais. “Um exemplo seria o caso de uma falha na válvula do tanque de combustível do caminhão, causando vazamento de combustível e, consequentemente, um vazamento, ainda que não tenha ocorrido um acidente com o veículo transportador”, explica.



Inovação é romper as fronteiras entre você e seus sonhos.



Somos a AIG

Há 65 anos protegendo pessoas e empresas no Brasil, somos líderes mundiais em soluções de seguros. Sabemos que nossos clientes se arriscam todos os dias e, por isso, seguimos desenvolvendo os produtos e serviços mais inovadores no mercado de seguros, com coberturas exclusivas. Visite nosso site e saiba mais sobre como a AIG pode ajudá-lo a realizar os seus sonhos.



Prontos para o amanhã

Monitoramento veicular é tema na ‘Tribuna Livre’

Antranik Photos



Presidente da Camaracor-SP, Pedro Barbato, entre Littan (dir.) e Lederman

No dia 28 de outubro, a Câmara dos Corretores de Seguros do Estado de São Paulo (Camaracor-SP), realizou a sua 20ª Tribuna Livre, desta vez con-

vidando o diretor comercial da Ituran Seguros, Alon Lederman. O presidente da Ituran do Brasil, Yaron Littan, também marcou presença. Na ocasião, ele falou sobre os produtos da empresa de interesse dos corretores a um bom público que compareceu ao Circulo Italiano, em São Paulo. A Ituran é considerada líder no mercado de monitoramento veicular. Utilizando

tecnologia avançada de rastreamento, oferece produtos para a proteção contra roubo e furto de veículos, cargas e frotas, entre outras modalidades.

Lederman comentou a respeito de um seguro diferenciado com as bandeiras Mapfre/Cardif para quem possui rastreador Ituran instalado no veículo. Trata-se de seguro especial que cobre situações de roubo ou furto. Inclui serviço 24 horas de guincho, socorro eletromecânico, com direito a cinco acionamentos por ano. A companhia possui também rastreadores para motos (com radio-frequência) e para caminhões com gerenciamento de frotas.

Aconseg-SP: visitas ilustres em almoços



Aconseg e executivos da Berkley, com Marcelino e Barbosa (centro)

A Associação das Empresas de Assessoria e Consultoria do Estado de São Paulo (Aconseg-SP) recebeu duas importantes autoridades em almoços realizados nos últimos meses. Em outubro, o presidente da entidade, Jorge Teixeira Barbosa, e diretoria estiveram com o presidente do Sindicato dos Corretores de Seguros no Estado de São Paulo (Sincor-SP), Mário Sérgio de Almeida Santos, que destacou o mérito da Aconseg-SP e das assessorias de facilitar o acesso dos novos corretores e profissionais de pequeno porte às seguradoras. Em sua palestra, Mário enfatizou outro diferencial: as assessorias auxiliam as seguradoras em questões como cadastros de novos

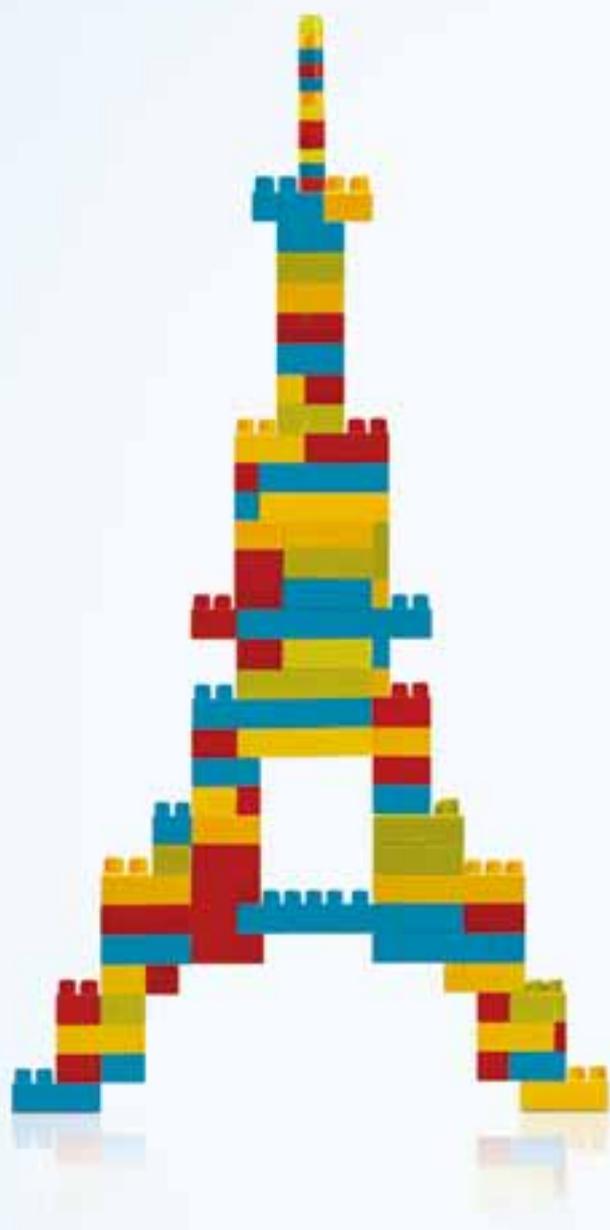
corretores, por exemplo. Ele mencionou ainda a criação do Ibracor, autorreguladora da Fenacor, que, em sua opinião, cobrirá lacunas de fiscalização do setor.

Em novembro, o convidado foi o presidente da Berkley, José Marcelino Ridsen. Acompanhado de diretores, Marcelino apresentou um seguro de responsabilidade civil profissional desenhado especialmente para assessorias de seguros. O produto oferece coberturas para danos materiais, morais, atos intencionais de empregados que resultem em prejuízos a terceiros, perdas financeiras e lucros cessantes, custos com defesas do segurado nas áreas cíveis, criminais e esferas administrativas, além de perda, roubo ou furto de documentos. “Todas as vantagens oferecidas para o seguro de RCP Corretor serão oferecidas para as assessorias também”, garantiu o subscritor de responsabilidade civil profissional da Berkley Guilherme Penna Vieira de Oliveira.

Solidariedade no “Trocando Ideias”

A União dos Corretores de Seguros promoveu seu oitavo e último “Trocando Ideias” de 2013 em São Paulo (foto). Estiveram presentes executivos da AIG Seguros. Roberto Felipe apresentou um novo produto – o Seguro de Responsabilidade Civil Profissional para Corretores de Seguros. Em seguida, Flávio Sá, do Sistema Cyber, abordou o tema “A Solução para a Nova Era de Ameaças Cibernéticas”. A presidente Raquel Gomes, recebeu cerca de cem associados no evento. Na ocasião, a Rede ICP Seguros doou 131 quilos de alimentos ao Centro de Ação Cristã, entidade que acolhe e capacita crianças e jovens carentes.





Nunca é cedo demais
para proteger o futuro
dos seus clientes.

Mesmo que eles não sejam
seus clientes ainda.

A Icatu Seguros acaba de criar o PREVJunior. Um produto que uniu as vantagens da Previdência com as Coberturas de Proteção Familiar, ideais para proteger o futuro das crianças, mesmo se acontecer algum imprevisto com seus responsáveis. Agora seus clientes podem planejar estudos, intercâmbios, viagens e muito mais para o futuro dos filhos, com a antecedência necessária. O PREVJunior é acessível, pois oferece planos de contribuição a partir de apenas R\$ 50 por mês.

O cliente que fizer o plano entre novembro e dezembro de 2013 ganha 1 ano de reforço escolar. Informe-se sobre os planos.

PREV Junior

Entre em contato com o seu gerente comercial ou fale conosco.
Central de Relacionamento com o Corretor 0800 285 3002
www.casadocorretor.com.br

ESPECIALISTA NO QUE TEM VALOR PRA VOCÊ.

Icatu
SEGUROS

icatusseguros.com.br

Temas variados consagram “Palestra do Meio Dia”



Acácio apresentou seu livro “Minhas Bagagens”

A Associação Paulista dos Técnicos de Seguro (APTS) sempre traz ao debate questões inquietantes do mercado de seguro em sua “Palestra do Meio-Dia”. Em outubro não foi diferente. No dia 9, o advogado Sergio Barroso de Mello, sócio titular do escritório Pellon & Associados Advocacia, falou sobre o tema “Seguros de Responsabilidade Civil –

Atualidades Técnicas e Jurídicas”. Melo advertiu acerca das consequências do excesso de intervencionismo regulatório. Ele avaliou quatro circulares da Susep que versam sobre riscos, projetos de lei e coberturas relativas à RC.

No dia 24, o CEO da Chubb Seguros, Acacio Queiroz, apresentou seu livro autobiográfico “Minhas bagagens”, no auditório do Sindicato das Seguradoras do Estado de São Paulo (Sindseg-SP). A obra revela suas vivências no campo profissional, familiar e pessoal. “Mesmo quem trabalhe 12 horas por dia como eu, é importante estar com a família e ter um tempo de qualidade”, afirmou.

No último dia do mês (31), aconteceu o “Debate do Meio-Dia”, que abordou a visão do ressegurador, do segurador e do corretor sobre as receitas de obras do PAC, Copa do Mundo, Olimpíadas de 2016 e do pré-sal. Sob a

mediação do diretor da Flex Corretoras de Seguros, José Caiafa Jr., discutiram o tema o diretor-secretário da APTS, Carlos Barros de Moura, o CEO da Berkley Brasil, José Marcelino Ridsen, os superintendentes da Terra Brasis, Luiz Pestana (Subscrição de Linhas Financeiras) e Paulo Hayakawa (Subscrição de Linhas Gerais). Em linhas gerais, os debatedores acreditam que o corretor tem de estar atento às oportunidades, identificar nichos e se especializar quanto às demandas de multinacionais.

Por último, em 6 de novembro, na Palestra do Meio Dia, o corretor César Bertacini abordou o tema “A Rotina de um Corretor de Seguros e seu Relacionamento com os Seguradores”. Ele defendeu uma saudável relação com as empresas. “Devemos aperfeiçoar o diálogo em temas como aceitação dos riscos e padronização de ações”, afirmou.

Meios remotos serão ferramenta ou canal de venda?



Velasques fala sobre meios remotos, observado pelo presidente do CVG-SP, Dilmo Bantim, e o presidente do Sincor-SP, Mário Sérgio

A Resolução nº 294/13 do Conselho Nacional de Seguros (CNSP) ampliou a venda de todos os seguros pela internet, celular e TV a cabo, além de contemplar o microsseguro. Qual é o impacto dessa medida para o mercado? Para responder a essa pergunta, o Clube Vida em Grupo São Paulo (CVG-SP) convidou, no final de outubro, o presidente da Comissão de Microsseguro da Confederação Nacional das Seguradoras (CNseg), Eugênio Velasques, e o presidente do Sincor-SP,

Mário Sérgio de Almeida Santos, em seu almoço mensal.

Tanto Velasques quanto Mário Sérgio alertaram sobre a necessidade do mercado se adequar a esse novo contexto. Segundo o presidente da Comissão de Microsseguro, há dois caminhos a serem perseguidos: ou o corretor utilizará efetivamente as fer-

ramentas eletrônicas para oferecer produtos ou elas funcionaram como espécie de canal independente de venda. Seguradoras e profissionais terão de fazer essa escolha.

Já o titular do Sincor-SP fez comentários sobre a formação do corretor na área de microsseguros. Ele considerou a formação como “incipiente”, obtida por meio de curso de apenas 30 horas, o que pode colocar em xeque a qualidade do trabalho de comercialização.

De qualquer forma, o dirigente acredita que o corretor de microsseguro deverá vender outros tipos de seguro para aumentar sua receita.

Velasques retomou a questão tecnológica. O executivo citou um “case” de sucesso – uma agência de turismo norte-americana, que efetuou a venda de passagens e hospedagem pela internet, reposicionando seus agentes como consultores. Um segundo aspecto diz respeito às previsões de um corretor de seguros (Alexandre Mantovani, diretor de Tecnologia do Sincor-SP), que ajuda a decifrar o futuro do uso de meios remotos no seguro. Embora admita a internet, Mário Sérgio, por sua vez, externou seu temor quanto à venda de seguros por meio de terminais eletrônicos (ATM). “Quem está por trás de uma ATM? Como serão esclarecidas as dúvidas dos consumidores?”, questionou.

O futuro do mercado e a “ameaça” da internet



Luchetti e Camillo: palestra proferida pelo presidente da Porto Seguro encerrou ciclo de eventos do Clube dos Corretores no ano de 2013

O presidente da Porto Seguro, Fabio Luchetti, foi protagonista do último almoço do ano promovido pelo Clube dos Corretores de Seguros de São Paulo (CCS-SP), em São Paulo, no início de novembro. Cerca de 200 pessoas, entre profissionais de seguros, executivos e diretores de companhias, marcaram presença. O público numeroso foi lembrado pelo mentor do CCS-SP, Alexandre

Camillo, no início do evento. “O número expressivo de corretores confere prestígio a esse encontro”, exclamou.

Em suas considerações, Luchetti abordou o futuro do mercado de seguros e o comportamento do consumidor. “É importante acompanhar a evolução da indústria dos seguros no Brasil e analisar como as novas ferramentas, como a internet, podem contribuir para a atividade das seguradoras e aos corretores”, considerou. Contudo, ele pregou respeito a uma tendência mundial focada na educação, ética e meio ambiente, além de lembrar que, nos mercados

emergentes, os jovens são a maioria da pirâmide etária e, portanto, consumidores em potencial.

O presidente da companhia advertiu para a vantagem da internet nesse mercado, pois o cliente pode optar pelos sites de comparação de preços ao invés de comprar com o corretor, o que pode ocasionar a derrocada, sobretudo do pequeno e médio profissional. “Corretores e seguradoras precisam construir, juntos, os novos meios de atender a demanda da sociedade”, defendeu. Em sua opinião, o comércio online deve ser explorado de outra forma, ao oferecer os melhores produtos em cada carteira. “O seguro de automóvel de ser um meio e não um fim”, acredita. Sobre a possível ameaça da rede mundial de computadores para o trabalho do profissional, o mentor do CCS-SP é enfático: “O mercado de seguros irá necessitar dos corretores de seguros ainda por muito tempo”.

Lloyd’s: trajetória possui mais de 300 anos no resseguro

No final de outubro, a Escola Nacional de Seguros promoveu uma palestra intitulada “Lloyd’s - Líder Mundial do Mercado de Seguros e Resseguro em Produtos Especializados e suas Operações no Brasil” em sua unidade em São Paulo. A palestra foi ministrada pelo diretor-presidente do Lloyd’s no Escritório de Representação no Brasil e vice-presidente Federação Brasileira das Empresas de Resseguros (Fenaber), Marco Antônio Simas Castro, pós-graduado em Administração Empresarial pela Universidade Federal Fluminense (UFF-RJ). Ele possui diversos cursos de especialização realizados no Brasil e no exterior.

Castro contou a história de mais de três séculos do Lloyd’s, do nas-

cimento em uma cafeteria em Londres (origem da atividade comercial de seguros no mundo) até suas características de funcionamento como um mercado de subscrição. Ele falou sobre sua força financeira, as operações no mundo – e particularmente no Brasil – como ressegurador admitido, seus resultados recentes e a visão da empresa para o futuro.

A companhia é a primeira resseguradora autorizada a operar no Brasil, após a abertura do mercado de resseguros, em abril de 2008. Após quase 70 anos de monopólio estatal de no Brasil, a longa espera



Castro falou sobre a força financeira do Lloyd's e suas operações

de abertura do mercado foi finalmente promulgada em janeiro de 2007, por meio da Lei Complementar n. 126/07 – a chamada “Lei de Resseguro”. O Lloyd’s é licenciado pela Superintendência de Seguros Privados (Susep) como resseguradora admitida com escritório de representação no Rio de Janeiro e que abrange todos os agentes de gestão.

Bons e prósperos ventos sopram para 2025

Conferência em Brasília prova a dimensão do setor no futuro

Fotos: Julio Fernandes



Marco Antônio Rossi abriu em grande estilo a 6ª Conseguro: “Temos de estar atentos aos desafios e oportunidades que se seguirão até 2025”

Carlos Alberto Pacheco

Um olhar para o futuro sinaliza crescimento e pujança de um dos setores da economia que mais cresce no Brasil. “As perspectivas e os desafios do mercado segurador em 2025” foi tema central da 6ª Conferência de Seguros Gerais, Previdência Privada e Vida, Saúde Suplementar e Capitalização (Conseguro) realizada pela Confederação Nacional das Seguradoras (CNseg) no Centro de Convenções Brasil 21, em Brasília, nos dias 22 e 23 de outubro. O evento reuniu cerca de 500 pessoas, entre executivos do setor, autoridades, economistas e especialistas nacionais e internacionais, além de representantes dos Poderes Executivo e Legislativo. Antes da abertura, dois vídeos institucionais mostraram as conquistas do mercado de seguros em 2012 e os números para daqui a doze anos.

O início dos trabalhos foi marcado por considerações unânimes de autoridades públicas a respeito do crescimento sustentável do mercado segurador e

a possibilidade real de concretização de negócios em médio e longo prazo. O presidente da CNseg, Marco Antônio Rossi, ressaltou as rápidas mudanças que acontecem no mundo, sobretudo na esfera tecnológica. “Temos de estar atentos aos desafios e oportunidades que se seguirão até 2025”, comentou Rossi. Afinal, no cenário socioeconômico, a projeção é a redução da natalidade e aumento da longevidade. Detalhe: em 2025, 46,2% dos brasileiros serão dependentes da população economicamente ativa.

No primeiro painel, o jurista e ministro do Supremo Tribunal Federal (STF), Luis Fernando Barroso, o economista Armínio Fraga e o sociólogo e cientista político Bolívar Lamounier apresentaram suas teses sobre o “Brasil em 2025 – Um Pensamento Estratégico”. Em sua análise, Barroso identificou três disfunções crônicas na história brasileira – o patrimonialismo (superposição da coisa pública e privada), oficialismo (dependência das ações do poder público) e autoritarismo (trajetória do País pontuada por golpes, contragolpes e quebra de

legalidades). “Para superar esses gargalos será necessário criar uma sociedade aberta e empreendedora. É lamentável o preconceito contra a livre iniciativa”, ponderou o ministro.

Ex-presidente do Banco Central, Armínio Fraga fez uma avaliação do desempenho econômico do País entre as décadas de 50 e 80, o chamado período da industrialização. Ao final dessa “era”, sobreveio o caos. “A hiperinflação corroeu a economia e o Brasil decretou a moratória”, comentou Fraga. Segundo ele, a partir de 2006, a economia se tornou protecionista, o Estado se agigantou, fechando-se para o mundo. E a estratégia governamental voltada ao terceiro mundo priorizou as políticas de subsídio. Em sua visão, o Brasil terá muito trabalho para retomar o crescimento, caso não abandone políticas equivocadas, embora, nos últimos anos, tenha estimulado o consumo.

Bolívar Lamounier lamentou que haja falta de investimentos em educação em um momento político importante, quando a sociedade foi às ruas



Barroso: “É lamentável o preconceito contra a livre iniciativa”

protestar contra a precariedade na saúde, no transporte e no ensino público em todas as esferas. Com a disponibilização de crédito e o aumento da renda, emerge da pirâmide social uma nova classe de consumidores, porém o nível educacional é “aterrorizante” baixo. De qualquer forma, o cientista lembra que as novas tecnologias e as mídias sociais permitem que oscidades cobrem do governo e do setor privado a qualidade dos serviços oferecidos.

No segundo painel, a desmontagem de veículos foi alvo dos comentários do diretor do Cesvi Argentina, Fabian Pons. Ele revelou que a política de reciclagem de peças de seu país reduziu em 50% o número de roubos e furtos de veículos, seguindo um modelo vitorioso na Espanha. E trouxe mais benefícios, entre os quais um melhor tratamento de resíduos sólidos de descarte de peças e aumento da base de segurados. Já para o presidente da FenSeg, Paulo Marraccini, a reutilização de peças automotivas deverá entrar em vigor a partir de 2014. “Trabalhamos intensamente para adotar a experiência argentina no Brasil”, comentou. Marraccini reiterou que a reciclagem de peças será uma realidade com a aprovação do Senado da Lei 23/2011, de autoria do

deputado Armando Vergílio, atual presidente da Federação Nacional dos Corretores de Seguros.

Megatendências

Em seguida, no painel nº 2, a experiência britânica em vida e previdência foi apresentada pelo executivo sênior da Divisão de Compliance da Zurich Insurance Group, Simon Godsave. Ao contrário do Brasil, no Reino Unido o governo adotou ações para reduzir os impactos financeiros do envelhe-

cimento e aumento da longevidade. Mas há uma diferença: a entrada de mão de obra dos países da Comunidade Europeia no mercado britânico banca os recursos destinados à população idosa, fenômeno que não ocorre no País. Só nos financiamentos das aposentadorias do funcionalismo público, as despesas batem a casa de 1,6 bilhão de libras anuais.

Após a apresentação de Godsave, o presidente da FenaPrevi, Osvaldo Nascimento, afirmou que a experiência inglesa é semelhante a da brasileira, sobretudo a partir das mudanças realizadas em 1997. Após Nascimento, o diretor do Itaú Unibanco, Claudio Sanches, discorreu sobre os mecanismos de estímulo à poupança, o gerente de Departamento da Bradesco Seguros, Ricardo Geraldês, explicou que o ‘suitability’ é fundamental para proteger o consumidor no ato da compra e permitir às empresas avaliarem melhor os riscos. Por outro lado, o superintendente de Riscos e Operações da SulAmérica Seguros, Leopoldo Barretto, advertiu que as pessoas só reagem com a crise. Ele citou o ano de 2008, quando as empresas importadoras tiveram enormes problemas com derivativos.

E para encerrar a primeira parte da 6ª Conseguro, o líder global de seguros da

PwC Advisory, Jamie Yoder, teceu considerações a respeito da pesquisa feita pela consultoria com a seguinte indagação: “O que o futuro nos reserva?”. O contexto da palestra se insere nas “megatendências para o mercado mundial de seguros”, divididas nos fatores social, tecnológico, climático, econômico e político. O objetivo da pesquisa é responder algumas perguntas. Quem será o consumidor de seguros em 2025? Quanto tempo ele viverá? Segundo Yoder, a última década trouxe mudanças profundas nas megatendências, afetando as atividades do seguro. “Essas mudanças influenciarão os seguros gerais, previdência e vida, saúde e capitalização”, previu.

Os quatro presidentes das federações da CNseg e o seu presidente acompanharam a fala do líder da PwC e se manifestaram. “Vou dormir mais preocupado diante de tantos desafios apresentados pela PwC. A tecnologia mudou demais as nossas vidas”, opinou Rossi. Já na visão de Márcio Coriolano (FenaSaúde), “a impressão que fica é como se estivéssemos diante de um filme de ação. Todas as mudanças afetam a área de saúde. O consumidor do futuro é mais exigente”.

“Como podemos formar os nossos técnicos e executivos para interpretar todas essas mudanças nos cálculos? Temos de pensar nos investimentos que disponibilizaremos para a formação das pessoas que avaliam números e tendências comportamentais”, declarou Paulo Marraccini (FenSeg), após ouvir a palestra de Yoder. Já Marcos Barros (FenaCap) defendeu uma resposta ágil quanto às queixas do consumidor e “atitudes que ajudam a construir uma relação de confiança no longo prazo”. Osvaldo do Nascimento (FenaPrevi) seguiu na linha de Barros. “O consumidor é quem determina como deve ser o produto. Temos de investir nesta nova abordagem. De que forma o big data pode ajudar a criar novos produtos? Vamos pensar nisso”.

Direitos do consumidor, redes sociais e tecnologia

Fotos: Julio Fernandes



Gianetti: “Mercado de seguros possui espaço enorme para inovar”

Uma variedade de subtemas pontuou o segundo dia da conferência. No quarto painel, a “Transformação do Consumidor” foi analisada pelo economista Eduardo Gianetti e pela secretaria nacional do Consumidor do Ministério da Justiça, Juliana Pereira. Gianetti delineou o novo perfil do homem ou mulher que adquire bens ou serviços. O primeiro aspecto se refere à mudança na composição de renda. Com a transição demográfica – fruto da migração de classe social – surgiram dois vetores de mudança. O primeiro diz respeito à ‘explosão’ populacional após a Segunda Guerra. “A população triplicou em 45 anos”, informou Gianetti. Outro fenômeno diz respeito à queda da taxa de fecundidade. Gianetti comenta: “Nos anos 50, as mulheres tinham seis filhos, em média. No século 21, esse número caiu para pouco mais de dois filhos”.

O segundo vetor de mudança baseia-se na renda. Na análise do economista, 35 milhões de brasileiros já

compõem a nova classe média. “Ao contrário dos países desenvolvidos, 62% da renda da classe média é gasto com alimentação, vestuário e habitação”. Em sua ótica, após superar o período de “deslumbramento”, educação e saúde começam a ser mais representativos para esses consumidores – sinal do amadurecimento da sociedade. Esse novo consumidor também começa a se preocupar com sua proteção. “O mercado de seguros possui um espaço enorme para inovar. Setor precisa ter flexibilidade e

dispor de vários produtos que atendam a essas necessidades. Milhões de famílias ainda continuam à margem dessa realidade”, alertou Gianetti.

“É preciso olhar para o futuro e fazer uma reflexão no presente”, assim recomendou Juliana Pereira, ao iniciar sua palestra. Ela lembrou o reconhecimento dos direitos do consumidor, após a Constituição de 88 e o Código de Defesa do Consumidor, “abrindo os canais de diálogo com os países desenvolvidos”. Juliana acredita que o brasileiro vive, hoje, uma realidade “peculiar”. A defesa dos direitos do consumidor está na agenda presidencial, é uma política de Estado. A agenda, de acordo com ela, deve priorizar a qualidade, preço, inovação e atendimento, e não simplesmente a produção de produtos porque essa não é agenda do mercado e sim dos “atores sociais”.

Ela destacou o Decreto nº 7963, que criou a Câmara Nacional das Relações de Consumo, formada por con-

selho de ministros e câmaras do Observatório Nacional das Relações de Consumo. “Nós temos as condições de contribuir para o desenvolvimento do País”, preconizou a secretaria. Para 2025, Juliana propõe uma agenda que discuta pressupostos e modelos na discussão de produtos e um relacionamento de forma sustentável. Ele antevê para o futuro uma relação do consumidor com o mercado de seguros baseada na confiança e respeito. “Mercado precisa se aperfeiçoar na construção de valores e no relacionamento com o consumidor”, propõe.

Macroeconomia

No painel nº 5, o presidente da FenaSaúde e diretor-presidente da Bradesco Saúde, Márcio Coriolano, debateu o “Cenário Macroeconômico e Perspectivas para a Saúde Privada no Brasil” com o economista Gustavo Franco e o vice-presidente da FenaSaúde e presidente da SulAmérica Seguros, Gabriel Portella. Coriolano foi taxativo no início do painel: “Na saúde pública, onde acaba o orçamento, começa a fila dos cidadãos. No setor suplementar, não se admite a fila. Não há orçamento, mas, sim, há uma mutualidade que deve arcar com os custos globais”. Ele ressaltou a contribuição do segmento para o Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) em municípios brasileiros e chamou atenção para três grandes desafios: a transição epidemiológica, a transição demográfica e etária e a transição tecnológica.

Franco afirmou ser otimista em relação ao crescimento, mas observou que o futuro macroeconômico do país já está comprometido com uma alta dívida pública, criticando o que classifica como risco grande de po-



Siqueira: análise sobre a atual revolução tecnológica e a amplitude dos canais digitais no mundo

pulismos fiscal e regulatório. Portella alertou para a necessidade de mudanças urgentes com a finalidade de rever o financiamento do setor: “Não temos como recorrer ao Tesouro. O momento da saúde suplementar é grave. Não dá para dizer que o envelhecimento não virá, que todo mundo vai rejuvenescer”, sentenciou. Coriolano avisou que há práticas de outros países que podem ser adaptadas a nossa realidade. Ele citou exemplos como o Canadá, Reino Unido e a Austrália, onde há forte controle da adoção de inovações e incorporação de novos medicamentos.

No painel seguinte (6), o professor Massimo Di Felice, coordenador do Centro de Pesquisa Atopos da Universidade de São Paulo (USP), explicou aos presentes como as redes sociais podem ser um desafio para as seguradoras que desejam ser competitivas em 2025. Em sua opinião, a construção das relações no mundo está calcada na interatividade. “Saber interagir é uma arte”, explicou. Felice lembrou que qualquer tema pode ser debatido na rede social devido ao compartilhamento das informações, que promove mudança no relacionamento entre os participantes. Sobre a possibilidade de se adquirir produtos nesse ambiente, o fato dependerá “do sentimento após os debates com a rede de amigos nas comunidades digitais”.

Após o almoço, a revolução tecno-

lógica e os canais digitais mereceram comentários do jornalista especializado Ethevaldo Siqueira. Ele alertou para o gigantesco volume de informações disponíveis na rede e com o interpretá-las e selecioná-las. A internet possuía 1 bilhão de usuários em 2005, saltou para 2 bilhões em 2012 e deve chegar a 7 bilhões em 2023. Há o Big Data, cuja massa de dados dobra a cada dois anos. “Ele é importante do ponto de vista de negócios para trabalhar dados de várias origens”, avaliou. Em 2012, o volume de dados armazenados nas nuvens superou 3,1 zettabytes (equivalente ao conteúdo de 420 quatrilhões de livros). Desse total, menos de 1% dos dados é analisado e menos de 20% são protegidos.

Os debatedores se surpreenderam com os dados. O superintendente de Marketing da Mongeral Aegon afirmou: “Precisaremos fazer um investimento pesado em mídia, atingindo níveis elevados de venda de seguro por canais remotos”. O vice-presidente de Operações da SulAmérica, Marco Antônio Antunes da Silva, ponderou que é vital ter produtos voltados ao consumidor on-line, devendo-se considerar a tecnologia na subscrição dos riscos.

O diretor comercial da Brasilcap, Gilberto Lourenço da Aparecida, revelou que, 39% das transações bancárias são feitas pela internet. “Já temos um contingente significativo

de usuários no portal da companhia”, acrescentou. E, por último, o diretor da Bradesco Seguros, Eugênio Velasques, afirmou que a tecnologia é um caminho sem volta, seja criação da venda remota de seguros, “ou pela defesa da sustentabilidade ao evitar que milhões de árvores sejam eliminadas com a substituição de apólices e contratos em papel para a web”.

No oitavo e último painel, os palestrantes Carlos Nobre, secretário de Políticas e Programas de Pesquisa e Desenvolvimento do Ministério da Ciência Tecnologia, e Sergio Bessermann, economista e presidente da Câmara Técnica de Desenvolvimento

Sustentável da Prefeitura do Rio de Janeiro, abordaram o tema “Um Novo Clima e Uma Nova Economia”. Nobre apresentou um estudo que mostra como a incidência dos fenômenos naturais é agravada pelo aquecimento global, provocando desequilíbrios no ambiente urbano. Segundo Nobre, a indústria de seguros pode assumir um papel importante, ao construir parcerias com outros setores da economia, produzindo conhecimentos sobre o comportamento do clima e fomentando ações que visem à melhoria das condições de vida da população.

O economista Sergio Besserman avaliou as consequências do aquecimento global, “que irá provocar transformações extremas na vida do planeta”. Ele alertou à indústria de seguros sobre as mudanças climáticas e seus efeitos dramáticos na economia. Besserman acredita que o setor pode ajudar a mudar a consciência da sociedade acerca dos problemas ambientais – como a emissão de carbono na atmosfera – ao contrário da classe política que trabalha “de olho na próxima eleição e dos executivos, que trabalham com o prazo do próximo balanço”.

Banco do Brasil apresenta novo plano para PMEs

No Dia da Micro e Pequena Empresa, instituição lança novo produto



Terra Lima: diferencial do plano é a possibilidade das taxas cobradas sofrerem redução

O momento não poderia ser mais propício. No País, 9 de outubro é sempre lembrado como o Dia da Micro e Pequena Empresa. Para aproveitar essa ocasião, o Banco do Brasil lançou um produto especialmente concebido para esse segmento. Trata-se de uma nova solução em previdência fácil de se contratar. São planos do tipo “averbados”, ou seja, sem a participação financeira da empresa.

Há um diferencial: a concretização de pequenos negócios dispensa uma estrutura de gestão de pessoas para a adesão ao produto. Segundo o diretor-presidente da BB Seguridade, Marcelo Labuto, “para contratar a nova solução em previdência, basta que o dono do negócio assine o contrato em sua agência de relacionamento do Banco do Brasil. A partir de então, todos os seus colaboradores, além de cônjuges, companheiros, filhos, enteados e menores considerados dependentes econômicos desses colaboradores,

poderão aderir ao plano de previdência da empresa”.

“Contando com mais de 2,2 milhões de clientes integrantes do segmento, sendo que mais de 96% destes faturam até R\$ 3,6 milhões por ano, o Banco do Brasil é o maior parceiro das MPE”

De acordo com o diretor-presidente da Brasilprev (empresa participada da BB Seguridade), Miguel Cícero Terra Lima, outro diferencial é a possibilidade de as taxas cobradas sofrerem redução: “Trata-se de vantagem progressiva, que pode ocorrer individualmente, à medida que o colaborador atinge patamares superiores de reserva financeira; ou por meio coletivo, quando o somatório das reservas de todos os participantes vinculados a um determinado CNPJ alcançar níveis mais elevados”. Ainda segundo Terra Lima, na segunda opção, “quando o plano atinge um montante específico, a companhia contratante poderá assinar um contrato adicional que oferece aos colaboradores a oportunidade de acessar propostas com taxas mais baixas”.

Na opinião do diretor de micro e pequenas empresas do Banco do Brasil, Adilson Anísio, o novo plano de pre-

vidência do BB é estratégico para o segmento. “A solução é ideal para as empresas que pensam no futuro dos seus funcionários e têm preocupação em modernizar a relação com seus colaboradores”.

Retenção de talentos

Labuto complementa, destacando que um plano de previdência pode contribuir de forma estratégica na retenção de talentos nas empresas. “A busca pelos melhores profissionais em qualquer segmento econômico é uma realidade independentemente do tamanho das empresas. A cada dia, aumenta o número de empresas que buscam disponibilizar planos de previdência complementar como benefício aos seus colaboradores”.

Contando com mais de 2,2 milhões de clientes integrantes do segmento, sendo que mais de 96% destes faturam até R\$ 3,6 milhões por ano, o Banco do Brasil é o maior parceiro das MPE. O apoio pode ser comprovado pelo volume de crédito liberado ao segmento: até o final de junho de 2013, o saldo de operações somava R\$ 94 bilhões.



Segundo Labuto, dono do negócio deve assinar o contrato na agência de relacionamento do Banco do Brasil

Vantagens para empresários e colaboradores

O produto oferece mais simplicidade, facilidade e vantagens para empresários e funcionários das MPEs do Brasil. Com características de contratação similares, a instituição também lançou novos benefícios para o convênio, voltado a entidades de classe, associações e instituições governamentais.

Contudo, antes do lançamento, entre os dias 2 e 30 de setembro, aconteceu um piloto de vendas em quatro agências selecionadas pelo BB, localizadas em Bauru (SP), Belo Horizonte (MG), Campo Grande (MS) e Fortaleza (CE). O objetivo foi o de verificar a aceitação dos produtos e detectar for-

mas para melhor oferecer os planos ao público. Consultores da Brasilprev e gerentes do Banco do Brasil passaram por treinamento presencial e on-line para aprender as características desses produtos.

Com o novo produto, o funcionário pode conseguir taxas de administração menores de duas maneiras: individualmente, à medida que atinge patamares de reserva superiores, ou mesmo coletivamente, quando todo o grupo alcança níveis de reserva mais elevados, em reserva conjunta. Além do benefício individual, um colaborador ajuda o outro na obtenção de vantagens.

Potencial de crescimento

De janeiro a setembro de 2012, cerca de 1,3 milhão de empresas foram abertas no Brasil, segundo dados do Instituto Brasileiro de Planejamento Tributário (IBPT). Desse total, a maior parte são MPEs, que respondem por 99% de todos os empreendimentos. Contudo, não é apenas o número de empresas que cresce, mas também o tempo de sobrevivência desses negócios. De acordo com o IBPT, a mortalidade atual dos novos empreendimentos – aqueles que “fecham as portas” no primeiro ano – é de 15%, menos da metade do que acontecia na década de 70.

Saiba quem está habilitado a contratar

Micro e Pequenas Empresas	Convênios
Empresas com faturamento anual de até R\$ 25 milhões.	Entidades representativas de classe, setores públicos federais, estaduais e municipais.

Diferenciais dos produtos

Principais benefícios dos produtos
Faturamento individualizado
Vantagem progressiva individual e empresarial
Pecúlio do capital decrescente
Novas ofertas de fundos 49D e Ciclo de Vida
Condições similares aos segmentos Alta Renda e Private
Contratação da proposta em data separada do contrato
Ativação de contribuições únicas em periódicas

Rádio Imprensa FM 102,5

A Grande Jornada pelo Mundo dos Seguros

Às segundas-feiras, das 7 às 8 horas

Apresentação: Pedro Barbato Filho



Quando os avanços demográficos impõem desafios

Allianz Seguros propôs debate sobre longevidade e envelhecimento do brasileiro



Especialistas debatem avanços demográficos no Brasil e mundo

Cristiane Pappi

O 8º Fórum Internacional de Seguros para Jornalistas, realizado pela Allianz Seguros no final de outubro, trouxe à baila um problema que será enfrentado em todo mundo: os desafios demográficos e os reflexos do envelhecimento da população na economia. Para discutir o assunto, a companhia trouxe especialistas que apresentaram sua visão sobre o tema, principalmente quando o assunto é previdência.

Na ocasião, Edward Lange, até então CEO da Seguradora no Brasil (*leia matéria na página 6*), abriu o fórum falando sobre a longevidade da população e as baixas taxas de natalidade. A questão não só remete a problemas no sistema previdenciário e aos cofres públicos, como também inclui uma visão ampla, com a tendência de pouca mão de obra e mudanças no sistema de saúde e bem-estar.

Segundo o Departamento para Assuntos Econômicos e Sociais das Nações Unidas (Desa), no mundo existem mais de 7 bilhões de habitantes. Em 2012, cerca de 809 milhões de pessoas possuíam idade acima de 60 anos, o que representa 11% da população total. A perspectiva para 2050 é de que essa população chegue a 2 bilhões.

Para o economista-chefe e diretor ge-

ral de desenvolvimento corporativo da Allianz SE, Michael Heise, na maioria dos países, a taxa de fertilidade está caindo, enquanto a expectativa de vida aumenta. Porém esse fenômeno ainda não supera uma realidade social na Ásia e na América Latina: as famílias possuem, em média 2,1 filhos. Ou seja, países em desenvolvimento enfrentarão uma série de desafios e transformações

demográficas em curto prazo.

No Brasil, o panorama se inverte. A taxa de natalidade esse ano chegou a 1,77 filho por mulher, número igual a dos países desenvolvidos. Em 2012, de 200 milhões de habitantes, a população saltará para 228 milhões em 2042, com expectativa de vida de 80 anos – a chamada “quarta idade”.

O professor de pós-graduação na Escola de Economia de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas (FGV), André Portela, alerta para o desequilíbrio demográfico brasileiro, onde a quantidade de pessoas economicamente ativas será menor do que a quantidade de crianças e idosos. “Apesar do número de pessoas e, sobretudo, das mulheres terem aumentado no mercado de trabalho, ainda existem grupos, como o de jovens e de 17 a 24 anos, que ainda estão abaixo da norma internacional. Além disso, a idade média dos trabalhadores que se aposentam no Brasil ainda é relativamente baixa, em torno de 55 anos”, comenta Portela.

Brics

Com base na proporção entre o aumento da população brasileira longa em 2012 (10,9%) em face do PIB nacional (0,9%), obtém-se um resultado muito aquém aos demais países da Europa e até

mesmo às nações integrantes do Bric – Brasil, Rússia, Índia, China e África do Sul. Segundo o economista e pesquisador do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea), Marcelo Caetano, o ranking do Banco Mundial mostra que, enquanto países da Zona do Euro têm renda per capita anual de US\$ 30 mil, a brasileira está em cerca de US\$ 10 mil. Caetano destaca que para reverter essa situação é preciso debater o tema e adotar políticas públicas o quanto antes.

Portela e Heise acreditam que algumas medidas podem contribuir para evoluir de maneira significativa esse processo. Entre eles, o investimento em algo que é base para os desenvolvidos: a educação de qualidade. Assim os profissionais estarão aptos ao mercado. O segundo ponto é o aumento da produtividade do trabalhador brasileiro e o tempo de vida profissional, mediante planos de carreira e adaptações do ambiente laboral a pessoas acima de 50 anos. Outra possibilidade é atrair a migração de mão de obra qualificada. No entanto, o Estado, sozinho, não conseguirá suprir toda a demanda, precisando recorrer a iniciativas público-privadas nas áreas de previdência e saúde.

É onde entra a participação de empresas com produtos moldados aos idosos. O diretor-executivo da Allianz Seguros e responsável pelas áreas de Relações Institucionais, Ingo Dietz, comenta que, na Alemanha, alguns planos de saúde permitem a contratação de serviços adicionais, os chamados *Long Term Care* (LTC) ou Cuidados de Longa Duração para o Brasil. Esses planos minimizam os altos custos dos serviços à terceira idade. “Com a vasta experiência que temos em países da Europa, é possível adaptarmos nossos produtos para contribuir com a necessidade da população longa brasileira”, finaliza Dietz.

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

“O mercado vive um momento excepcional”



É impossível analisar o setor de capitalização no Brasil sem manifesto otimismo. Na última entrevista com os presidentes das federações, Marco Antonio da Silva Barros (FenaCap) afirmou que as taxas de crescimento são elevadas – giram em torno de 25% ao mês. E esclarece: “Além de contribuir para a formação de reservas e poupança interna, a capitalização é acessível a todas as camadas da população”

Carlos Alberto Pacheco

Revista Seguro Total – O mercado de capitalização está consolidado no Brasil. É verdade que, tempos atrás, havia certa descrença sobre a qualidade desse investimento?

Marco Barros – Hoje, existem mais de 40 milhões de portadores de títulos de capitalização no Brasil e essa é a maior evidência de que o mercado está consolidado. Ainda verificamos um desconhecimento muito grande, particularmente no próprio mercado financeiro, sobre as características do título de capitalização. O produto não pode ser considerado um investimento e não se destina a quem visa ao curto prazo ou à obtenção de ganhos financeiros. Quem compra um título quer guardar dinheiro e concorrer a prêmios, em sua maioria. Temos ainda os títulos para garantia de aluguel e os de incentivo, que também não podem ser considerados como investimento tradicional. Portanto, o que ainda existe, e de maneira bem localizada, é certa confusão conceitual, possivelmente decorrente das muitas modalidades de produtos existentes. Uma de nossas prioridades é promover ações de comunicação, buscando dar total transparência aos aspectos envolvidos nos contratos de capitalização, para que todos os clientes saibam o que estão comprando, seus direitos e obrigações, assim como os direitos e obrigações das sociedades de capitalização.

ST – Como o senhor avalia o atual momento desse mercado?

MB – O mercado vive um momento excepcional, com taxas de crescimento elevadas, da ordem de 25% ao mês, mesmo em meio a instabilidades. Só em agosto, o faturamento global alcançou R\$ 13,5 bilhões e as reservas – montante capitalizado a ser devolvido aos clientes – atingiram R\$ 24,8 bilhões. No mesmo período, as sociedades de capitalização

injetaram R\$ 8,6 bilhões na economia, sob a forma de resgates dos clientes e mais R\$ 639,3 milhões em premiações. É inegável que a capitalização vem transformando a vida de muitos brasileiros e que o produto é um dos preferidos, atrás apenas da Caderneta de Poupança, segundo recente pesquisa do Instituto Fractal, de São Paulo, feita de maneira independente. Além de contribuir para a formação de reservas e de poupança interna, o produto é acessível a todas as camadas da população, sem distinção de escolaridade ou renda.

ST – Produtos associados a projetos ambientais ou de responsabilidade social são uma tendência nesse setor?

MB – Algumas empresas adotaram como prática dentro de suas estratégias de responsabilidade socioambiental destinar percentuais da venda de títulos a projetos nesse campo. Outras utilizam suas próprias verbas não só para apoiar projetos como para adotar práticas e conceitos de sustentabilidade no dia a dia de suas operações. O que verificamos é o crescimento dos investimentos e da preocupação com a promoção do desenvolvimento sustentável.

ST – Em seu livro, “Contrato de Capitalização”, o procurador federal e mestre em Direito, Jerônimo Jesus dos Santos, afirma que o contrato de capitalização favorece a formação, a difusão e o veículo de circulação de riqueza. De que forma esse processo se efetiva na prática?

MB – O referido autor defende, em sua obra, que os títulos de capitalização constituem um dos pilares do sistema de captação de recursos populares do País. As sociedades de capitalização, por sua vez, amealham estas economias individuais das pessoas e empresas, espalhadas por todos os rincões do País, formando um montante de recursos que

se constituem em suas reservas técnicas e serão futuramente devolvidas aos clientes. Estes recursos garantidores das reservas técnicas são aplicados de forma centralizada na economia, em diversos ativos permitidos pela regulamentação estabelecida pelo Conselho Monetário Nacional, tendo presente a segurança, rentabilidade, solvência e liquidez. Por isso, as sociedades de capitalização são consideradas como investidoras institucionais, uma vez que, ao intermediar operações, contribuem para a criação de mecanismos de formação de recursos de médio e longo prazo, ampliando a poupança interna, essencial para o financiamento e desenvolvimento sustentável.

ST – Hoje, o brasileiro está mais atento à educação financeira. A capitalização estimula a formação de novos perfis de consumidores?

MB – Com certeza. A capitalização vem se consolidando como um instrumento alternativo para formação de reservas. A existência de carência para resgates e a regra que prevê devolução integral de valores capitalizados somente ao fim do prazo do contrato estimulam a disciplina financeira e contribuem para que as pessoas criem o hábito de guardar dinheiro, seja para utilização em situações de emergência financeira, seja para a aquisição de bens ou realização de projetos pessoais. O grande contingente de brasileiros que ascendeu à classe C e passou a ter acesso ao mercado de consumo de bens e serviços, fruto das políticas de aumento do emprego e da renda e da ampliação do crédito, precisa criar o hábito de guardar dinheiro, até para preservar o que foi conquistado. Por esta razão, a educação financeira é outra agenda prioritária da FenaCap. Além de contribuir para a organização dos orçamentos domésticos, a acumulação de reservas contribui para fortalecer a poupança interna.

Bom e eficaz gerenciamento deve ser prioridade

Evento da ABGR também abordou longevidade e envelhecimento do brasileiro



Mailson descartou riscos de crises cambiais e inflacionárias no Brasil

Da Redação

Será que as organizações públicas e privadas sabem dimensionar a complexidade do risco de seus empreendimentos? E quais seriam esses riscos? Essas questões foram avaliadas durante a décima edição do Seminário Internacional de Gerência de Riscos e Seguros promovido pela Associação Brasileira de Gerência de Riscos (ABGR). Na abertura do evento, a presidente da entidade, Cristiane Alves, convidou o economista e ministro da Fazenda no governo de José Sarney, Mailson da Nóbrega, para analisar o quadro econômico. E ele foi positivo quanto às projeções para o Brasil.

Na visão de Mailson, alta da inflação – hoje cotada em 5,8% - o momento é de estabilidade e não de crise, devida à maturidade e respeito que o País adquiriu em função de suas sólidas instituições. Para o ex-ministro, o Estado é forte em termos institucionais, com capacidade de regular monopólios. O governo respeita as leis e se submete a elas. Mailson, contudo, revela um temor: é o País crescer pouco. A expectativa é a expansão do PIB para 2,1% em 2014 – no máximo 2,2%.

O economista também descartou os riscos de crises cambiais e inflacionárias, pois quando o mercado emite sinais nega-

tivos, o governo automaticamente busca corrigi-los. “O brasileiro tornou-se intolerante à inflação. Ela até existe, mas se ela voltar a níveis mais altos, a popularidade do governo cai. Quanto à crise cambial, se os investidores perderem

a confiança no País, migram o capital, desvalorizando assim a moeda. E o governo não vai permitir que isso ocorra”, argumentou Mailson. Em linhas gerais, segundo o ex-ministro, o Brasil é previsível, tendo em vista um cenário estável e de longo prazo.

Após o pronunciamento de Mailson, especialistas de alto nível ministraram sobre a presença do risco sob as mais variadas formas. As análises focaram no gerenciamento, na prevenção e até na superação dos desafios que se impõem na proteção das empresas e das pessoas. No primeiro dia do seminário, a Tokio Marine Seguradora trouxe o especialista Nick Okabe, da Tokio Marine & Nichido Fire Insurance para falar sobre responsabilidade civil em riscos ambientais, apresentando o “Business Continuity Plan - BCP” (Gestão de Continuidade de Negócios). O terremoto do Japão foi utilizado como exemplo de como as empresas e organizações devem se comportar após grandes incidentes, sem lançar mão de um plano de continuidade de negócios.

Segundo Okabe, que possui mais de 30 anos de experiência na área, os riscos existem para qualquer empresa. A diferença está no modo como eles são avaliados e, nesse caso, o BCP significa prote-

ção das pessoas, ativos, operações do negócio e de todos os recursos necessários para o funcionamento da empresa. “O objetivo do plano é preparar as companhias para recuperar danos e manter os clientes no caso de incidente de qualquer tipo e proporção, mantendo os padrões ou até mesmo elevando o nível de qualidade, independente do porte da empresa”, explica.

Desastres naturais

No segundo dia, a Swiss Re e a Allianz Seguros falaram sobre o gerenciamento de riscos de desastres naturais. Estudos apresentados pelo diretor de Riscos e Controles Internos da Allianz Seguros, Igor Di Beo, mostram como os perfis das cidades brasileiras afetam a incidência de desastres naturais. As chuvas, acima de 50 milímetros por dia, eram praticamente inexistentes na década de 50, e atualmente, ocorrem cinco vezes ao ano.

Em levantamento feito pela client manager da Swiss Re, Claudia Mello, de dez cidades afetadas por inundações de rios na América do Sul, quatro são brasileiras: São Paulo (1º lugar), Rio de Janeiro (4º), Recife (7º) e Fortaleza (9º). Na última década, além do sofrimento humano causado por tais desastres, setores como transporte, turismo e energia são afetados. Devido à baixa penetração do seguro, a



Di Beo mostrou perfis de cidades afetadas por desastres



Cortés: ressalta importância das empresas em gerenciar seus riscos

maior parcela das perdas geradas por esses fenômenos são custeadas pelo poder público, sendo que apenas 10% do que é gasto vai para prevenção.

Pesquisa da Faculdade de Economia e Administração da Universidade de São Paulo (FEA/USP), só na capital paulista, cada ponto de alagamento formado gera prejuízo de R\$ 1 milhão ao País. “As enchentes contribuem para reduzir o crescimento da cidade e o bem-estar da população, além de aumentar os custos das empresas instaladas, prejudicando sua competitividade nos mercados doméstico e internacional”, afirma Di Beo.

Tendo em vista essa situação preocupante, o gerenciamento de risco, por meio de banco de dados de sinistros catastróficos, com o objetivo básico de prevenção, é uma das soluções apresentadas pelo executivo. Claudia, por sua vez, enfatizou que a Swiss Re trabalha no desenvolvimento de seguros e resseguros sustentáveis junto a seus clientes para esse tipo de eventos.

Riscos para diretores

Voltado ao mercado corporativo, a Zurich Seguros participou de três debates no seminário. O primeiro trouxe o tema “D&O – Novos Fatores de Riscos para Diretores e Conselheiros”, “Riscos Estratégicos” e “Internacionalização das Empresas Brasileiras”. No dia 22, o superintendente de Engenharia de Riscos, Carlos Cortés, enalteceu a importância do processo de identificação,

avaliação e gerenciamento de riscos e oportunidades específicas dentro de cada empresa. “Saber avaliar, identificar e gerenciar é fundamental para que a empresa seja mais resiliente”, informou Cortés.

No dia seguinte (23), a companhia apresentou o painel “Internacionalização das Empresas Brasileiras”, que contou com o superintendente de Relacionamento de Global Corporate, Pedro Rodrigues. O destaque da palestra foi a relevância das questões de compliance e os benefícios associados ao conceito de internacionalização da empresa, que devem ser avaliados para a estruturação da apólice.

A gerente de Linhas Financeiras, Ana Albuquerque, que teceu considerações no painel “D&O – Novos Fatores de Riscos para Diretores e Conselheiros”, focou a nova lei do Conselho Administrativo de Defesa Econômica (Cade) como fator fundamental para o mercado de D&O. “A nova lei do Cade está mais eficaz e ágil na análise e nas investigações e determina mais rigor na aplicação de multas e penalidade para empresas e executivos. O que nos leva a ter uma atenção maior na área de linhas financeiras”, explicou Ana.

A Porto Seguro participou do seminário com o painel “Riscos Laborais”, cuja abordagem ficou a cargo do executivo Paulo Zaia. Durante sua exposição, Zaia defendeu a pauta sobre a gestão dos riscos laborais, que possui legislação muito técnica, com constantes atualizações e aumento de responsabilidades para empregadores. Além disso, na sua ótica, o cumprimento da legis-

lação traz aumento ou redução de custos às empresas, dependendo da qualidade da gestão da área de saúde e segurança no trabalho. O palestrante ressaltou que o ciclo da gestão integral da saúde começa pela saúde assistencial, passa pela saúde ocupacional e odontologia até chegar aos benefícios. “Isso é investimento eficiente e eficaz”, ressaltou o executivo.

Já a corretora Willis Brasil marcou participação nas três palestras. O diretor da divisão Financial Lines, Álvaro Igrejas apresentou uma pesquisa global sobre o tema “Seguro Ambiental”. No painel “Garantia Judicial: Superando o Hiato Legislativo”, o gerente de Garantias, Rodrigo Loureiro, apresentou os desafios e expectativas quanto ao tema “Sustentabilidade e Seguro de Garantia”. E, por último, foi a vez do diretor de Logística, Eduardo Michelin, abordar riscos e tendências em transporte e logística no Brasil e no mundo.

A JLT Brasil participou do evento em três painéis. O CEO da JLT Brasil Holdings, Rodrigo Protasio, apresentou os desafios e novos produtos do mercado de seguros de energia. A diretora de Riscos Financeiros, Roberta Couto, ministrou palestra sobre seguros de Sequestro, Resgate e Extorsão. O líder de Comunicação Global, Tecnologia e Mídia da JLT Specialty, Peter Hacker, também tratou acerca do desenvolvimento de seguros contra riscos cibernéticos no Brasil.



Empresas exibiram seus trabalhos de gerenciamento de risco a executivos

Corretores de seguros preparam-se para uma nova era Congresso trouxe temas relevantes ao cotidiano da categoria



Foto: CNseg/Divulgação

Rossi faz discurso na abertura do evento: análise sobre as perspectivas do seguro no século 21

*Carlos Alberto Pacheco
Do Rio de Janeiro*

Cerca de 4 mil pessoas, entre corretores de seguros, dirigentes de entidades e de federações ligadas à CNseg e executivos de seguradoras marcaram presença no 18º Congresso Brasileiro dos Corretores de Seguros e 2º Congresso Brasileiro de Saúde Suplementar, realizados entre 16 e 18 de outubro, no Rio de Janeiro. Na abertura, duas grandes lideranças do mercado – presidente da CNseg, Marco Antonio Rossi, e o anfitrião do congresso, presidente da Federação Nacional dos Corretores de Seguros (Fenacor), Armando Vergílio –, teceram considerações sobre a importância do papel do corretor para o fortalecimento da economia nacional. O ex-presidente do Banco Central, Henrique Meirelles, também ministrou a palestra magna “O Mercado de Seguros no Brasil no Século XXI – cenário econômico atual e perspectivas para nosso País”.

O primeiro painel do evento

abordou as “Perspectivas e Tendências do Mercado de Saúde Complementar”. O presidente da Federação Nacional de Saúde Suplementar (FenaSaúde), Marcio Coriolano, revelou um dado alvissareiro: 25% dos brasileiros, hoje, possuem planos de saúde. Contudo, há barreiras a serem transpostas, como as transições que formam o tripé epidemiológico, tecnológico e demográfico que geram um alto custo para as companhias. “O fato em si pode comprometer a liquidez das seguradoras”, comentou Coriolano.

Já o presidente da SulAmérica Saúde, Gabriel Portella, advertiu ao corretor o seu papel decisivo de traduzir o equilíbrio entre a vontade do segurado e as necessidades da operadora: “O profissional pode explicar ao cliente a importância do uso consciente do plano de saúde, pois é justamente o uso dos recursos do plano que impacta no custo das mensalidades”. O CEO do Grupo Tempo Assist, Marcos Couto, lembrou a existência de modelos de participação na saúde que “resultam em usos mais conscientes dos recur-

sos dos planos”. O diretor da Porto Seguro Saúde, Newton Pizzotti acrescentou: “Os custos com saúde dos idosos são de sete a dez vezes maiores que os das demais faixas etárias. Cerca de 70% do total de custos gerados pelos beneficiários de planos estão concentrados no último ano de vida”.

Em seguida, o tema “Seguro de Auto e Auto Popular” mobilizou as atenções. O vice-presidente da HDI Seguros, Murilo Riedel, mostrou aos presentes o avanço nos números de venda de carros no País, que saltou de 900 mil unidades em 1999 para 3,6 milhões em 2013. Há um problema, contudo: do total de 39,9 milhões de veículos que compõem a frota nacional, apenas 43% possuem seguro. A perspectiva para 2020 é de que a frota segurada com até dez anos salte de 17,2 milhões de veículos para 29,8 milhões. “Temos que trabalhar muito para aproveitar essas oportunidades”, afirmou.

Para superar esse gargalo que existe no presente, o presidente da Fenacor e deputado federal, Armando Vergílio, explicou os benefícios advindos do Projeto de Lei 23/11 que regulamenta a atuação de empresas de desmonte de veículos. Aprovado pela Câmara Federal, o projeto será analisado pelo Senado antes de ir à sanção ou veto da presidente Dilma Rousseff. Segundo Vergílio, o projeto propiciará maior geração de empregos, aumento da segurança viária e no cuidado com o meio ambiente. E, o mais importante: irá colaborar na redução do índice de crimes, pois será um golpe mortal contra a indústria ilegal do desmonte de veículos.



#factor

OFERECER AOS SEUS CLIENTES OS MELHORES SERVIÇOS O ANO INTEIRO, ISSO SIM É MAIS SEGURO.

Não importa o mês, o dia ou a hora, um bom seguro deve ter uma excelente prestação de serviços em qualquer situação, quer o seu cliente precise utilizá-lo ou não. Afinal, ele deve ser sinônimo de tranquilidade em todos os momentos. Por isso, na hora de oferecer um seguro prefira a Yasuda e descubra por que só com os melhores serviços é mais seguro. Yasuda Seguros, os melhores serviços o tempo todo com você e com seu cliente.



Portella: corretor precisa traduzir o equilíbrio entre a vontade do segurado e as necessidades da operadora

Relações de consumo

No segundo dia do congresso, os “Desejos e Aspirações dos Consumidores de Planos de Saúde” estiveram no centro dos debates. O diretor executivo da FenaSaúde, José Cechin, mediou talk show com as participações do presidente do instituto de pesquisa Data Popular, Renato Meirelles, e a advogada especializada em Relações de Consumo e professora da Universidade Paulista (Unip) Angélica Carlini. Meirelles e Angélica enfatizaram dados de consumo e os direitos do cidadão.

O presidente do Data Popular enfatizou a ascensão da nova classe C na economia nacional. “Se a classe C brasileira formasse um país, ela seria a 12ª população do mundo e o 18º mercado consumidor”, revelou Meirelles. Segundo ele, oito em cada dez beneficiários de planos de saúde pertencem às classes C, D e E. O fenômeno se deve, em parte, à entrada da mulher no mercado de trabalho que integra os planos oferecidos pelas empresas. Angélica, por sua vez, afirmou que a sociedade precisa observar os direitos e deveres de cada cidadão. E, nesse contexto, o corretor de seguros pode atuar na relação transparente entre

beneficiários e operadoras, “mediando as expectativas do consumidor e advertindo sobre eventuais restrições legais e contratuais”.

No painel “O Mercado de Seguros e o Brasil do Século XXI”, o presidente da HDI Seguros, João Francisco Borges da Costa, o setor precisará responder às rápidas mudanças das necessidades dos consumidores. “Além do preço, a qualidade de atendimento passa a ter um peso importante”, comentou. Um desafio importante, na visão de João Francisco, é a adaptação das empresas às novas medidas regulatórias.

O presidente da Federação Nacional de Previdência Privada e Vida (FenaPrevi), Osvaldo do Nascimento, assinalou que a taxa de crescimento da população caindo e se aproxima das taxas dos países desenvolvidos. Em resumo: há consumidores demandando serviços “e, ao mesmo tempo, envelhecendo”. A exemplo dos demais palestrantes, Nascimento ressalta que o mercado deve se

adaptar a um cenário de intensas mudanças. Os dados do padrão de consumo tem se alterado nos últimos tempos, deslocando-se da Região Sudeste para o Norte, Nordeste e Centro-Oeste.

Em relação ao mercado de automóveis, o presidente da Federação Nacional de Seguros Gerais (FenSeg), Paulo Marraccini, explicou que existem um conjunto de ações já desencadeadas voltadas à redução das fraudes e da sinistroalidade, combate à concorrência desleal, recuperação de veículos roubados na Bolívia, regulamentação dos desmontes e reaproveitamento de peças certificadas. Marraccini falou sobre o seguro residencial – atuação focada na simplificação das rotinas e no desenvolvimento de um guia de melhores práticas – e setores com potencial crescimento, como o seguro garantia, riscos de engenharia e de responsabilidade civil.

Outro tema que atraiu os participantes discutiu o “Cenário Econômico para o Brasil e o Setor de Seguros”, cujas visões apontaram a um horizonte preocupante. O chefe do Departamento Econômico da CNC, Thadeu de Freitas Gomes, adiantou que as projeções do PIB brasileiro em 2013 ficarão mesmo na faixa de 2%



Armando Vergilio falou sobre projeto que regulamenta a ação de empresas de desmonte de veículos: Senado analisará a matéria



Sistemas Seguros

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

✓ COL
Gestão de Corretoras

✓ SOL
Gestão de Salvados

✓ CGW
Consultas gerais via Web

✓ *Gestão de Processos para Corretoras*

✓ MPW
Multiprodutos Web

✓ *Desenvolvimento de kits e produtos*

Telefone: 11 3664-2040

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

Site: www.sistemas-seguros.com.br

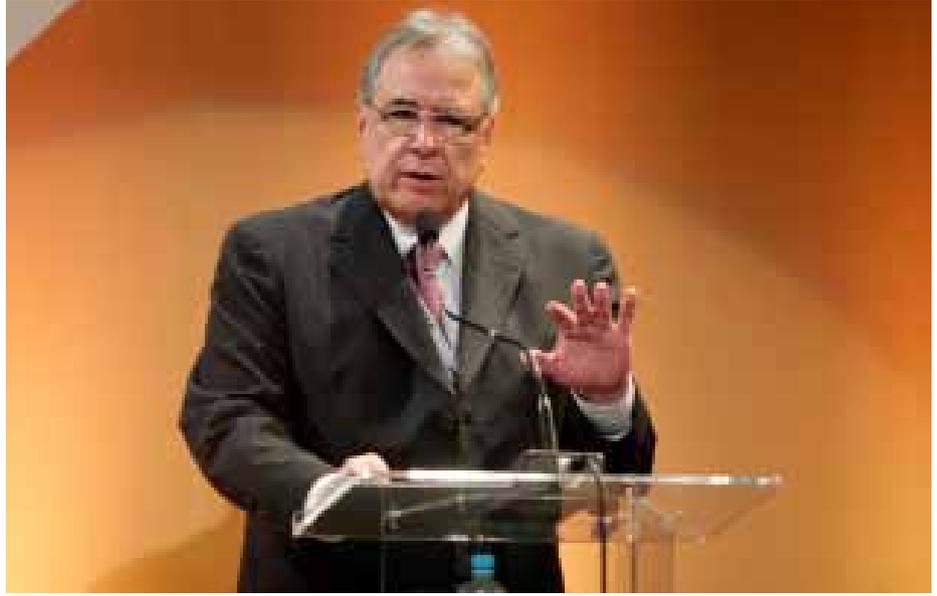


em 2013, provável percentual em 2014. E prognosticou crescimento menor, taxa de juros elevada e a continuidade do aumento do dólar. “O quadro é de aperto monetário e os juros básicos podem oscilar entre 10% e 10,25% ainda este ano”, considerou.

O economista Carlos Contador, diretor da Escola Nacional de Seguros e Previdência, argumentou que, enquanto o Brasil exibe um parque industrial desestruturado e perde competitividade no exterior, o mercado de seguros prospera em função da ampliação da classe média e a inflação sob controle. Contudo, a evolução dos negócios oriunda do consumo de produtos dessa nova clientela deverá contribuir menos para os próximos anos. O também economista Rodrigo Constantino é mais crítico. Segundo ele, o governo abriu mão de três pilares da estabilidade – câmbio flutuante, Lei da Responsabilidade Fiscal e Banco Central autônomo e comprometido com a meta de inflação. “O governo resgata a visão do estado intervencionista da década de 60”.

Ao final do evento, o ministro da Secretaria da Pequena e Micro Empresa, Guilherme Afif Domingos, foi a personalidade central do painel “Microempreendedorismo: As Empresas de Pequeno Porte e o Simples”. O tema, intermediado por Armando Vergílio, teve as participações do diretor do Sebrae Nacional, Bruno Quick, e do diretor do Instituto Brasileiro de Planejamento e Tributação, Gilberto Luiz do Amaral. “A inclusão das empresas corretoras de seguros no Simples Nacional garantirá ao governo um crescimento na arrecadação tributária e não o contrário, como se espera”, afirmou Amaral. Já o ministro manifestou defesa da inserção da categoria no Simples. Na opinião de Afif, o profissional, precisará de uma carga tributária menor, que propicie desenvolver seu negócio, fazer investimentos e se dedicar à carteira com liberdade.

Coletivas reforçam temas do encontro



Coriolano: segundo pesquisas, contratar plano de saúde está entre os maiores desejos da população

Três coletivas de imprensa mobilizaram os jornalistas durante o congresso. A primeira foi concedida pelo presidente da FenaSaúde, Marcio Coriolano. De um modo geral, o dirigente traçou um painel do mercado de saúde suplementar, reforçando a tese de que o consumidor precisa ter acesso às informações do setor de forma transparente. “Até porque pesquisas recentes demonstram que contratar um plano de saúde está entre os maiores desejos da população”, com índice de satisfação de 85%”, afirmou. Entre os principais desafios da saúde privada, Coriolano citou a longevidade da população, a relação custo-benefício da incorporação da tecnologia na rotina médica e o controle de custos e desperdícios.

A segunda coletiva reuniu o presidente da FenSeg, Paulo Marraccini, e o diretor-executivo da entidade, Neival Rodrigues Freitas. Eles informaram que a implantação do seguro popular de automóvel dependerá exclusivamente do governo federal. Após a sanção da presidente Dilma Rousseff, a matéria será regulamentada pelo Contran (Conselho Nacional de Trânsito) e pela Susep (Superinten-

dência Nacional de Seguros Privados). Neival confirmou expectativa do próprio autor do projeto de lei, o deputado federal Armando Vergílio, de que o seguro popular deverá abranger 2 milhões de carros em 2020. Anualmente, 440 mil veículos são roubados ou furtados no País, mas apenas a metade é recuperada pelas seguradoras.

Os jornalistas ouviram o presidente da Fenacor na terceira e última coletiva. Vergílio fez um balanço do evento, considerando-o extremamente positivo pela variedade dos temas e número de participações. “Estiveram no congresso 4 mil pessoas, dos quais cerca de 3.400 corretores. Todos os painéis suscitaram debates importantes e certamente o corretor fará uma reflexão de tudo o que foi apresentado”, comentou. Ele demonstrou o seu entusiasmo quando questionado sobre o Projeto de Lei Complementar 237/12, que dispõe sobre a universalização do Simples a determinadas categorias profissionais, incluindo o corretor. “Esse projeto representa uma quebra de paradigmas, pois além de gerar milhares de empregos, impede perdas tributárias”, declarou. (CAP).

GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO + SEGUROS E PREVIDÊNCIA



A melhor graduação para o mercado de seguros é muito mais que um detalhe no seu currículo.



Um curso superior completo, de alto nível, com disciplinas adicionais de seguros e previdência, reconhecido e valorizado pelo mercado de trabalho, vai abrir muitas portas pra você. Ao se formar, você terá um diploma de bacharelado em Administração + uma sólida base de conhecimentos em seguros e previdência. Faça mais pelo seu futuro: seja um profissional qualificado para atuar em qualquer segmento de um mercado que não para de crescer. A Escola Nacional de Seguros está esperando por você.

São apenas 50 vagas por semestre, em cada unidade: corra para garantir a sua.

NOVA FORMA DE INGRESSO: ACESSE O SITE E AGENDE SUA REDAÇÃO E ENTREVISTA.

www.esns.org.br/processoseletivo

Rio de Janeiro – Centro – Tel.: (21) 3380-1041 | São Paulo – Consolação – Tel.: (11) 3062-2025



ESCOLA NACIONAL de SEGUROS
FUNENSEG

Seguradores aprovam a realização do congresso



Movimentação na 17ª Exposeg foi traduzida pela satisfação das companhias

A movimentação foi intensa em toda a 17ª Exposeg. **Seguro Total** ouviu algumas das personalidades presentes. O vice-presidente da Yasuda Seguros, Luiz Macoto Sakamoto, elogiou a organização do congresso. “É uma excelente oportunidade para reforçar contatos com os profissionais”, disse. Ele comemora os bons resultados do ano de 2013, entre os quais o planejamento bem-sucedido que está sendo feito na integração da Yasuda com a Marítima Seguros, que completou recentemente 70 anos.

O presidente da SulAmérica Seguros, Gabriel Portela, por sua vez, considerou o evento fundamental ao tratar de temas ligados à expansão do mercado, ao aumento do nível de penetração do corretor em várias linhas de negócio e à forma de atender adequadamente o cliente. Em relação a 2014, ele foi taxativo: “O mercado continuará crescendo de forma sustentável na maior parte dos produtos e serviços. E não haverá qualquer desaceleração no ritmo de venda das carteiras”. múltiplas possibilidades na oferta.

Essa também é a visão do diretor da Capemisa, Laerte Tavares Lacerda. “Todas as estatísticas apontam para o crescimento do mercado. Essa é uma tendência que se confirmará para os

próximos anos, inclusive”, preconiza. O avanço dos seguros também passa pelo excelente desempenho das carteiras de vida e previdência. Tudo isso, segundo ele, graças ao grau de conscientização da sociedade que percebe a

importância de cuidar da família, dos bens e do patrimônio.

Satisfeito com o congresso, o presidente da Tokio Marine, José Adalberto Ferrara, ressaltou o painel sobre “Seguro de Auto e Auto Popular” que propiciou debate saudável sobre a abertura do mercado a novos clientes. “Novos consumidores poderão ser atraídos por um preço de seguro entre 10% a 45% menor do que o convencional”, acredita.

Além de citar o tema do seguro de auto popular como imprescindível para o debate, o vice-presidente da Liberty Seguros, Marcos Machini, lembra o fenômeno da chegada classe média ao mundo do consumo de seguros, lembrado em alguns painéis. “O corretor deve assumir um desafio: conquistar esse cliente que, em sua maioria, está totalmente distante da dinâmica desse mercado”, comentou.

O presidente da RSA Seguros, Thomas Batt, elogiou o local de realização do congresso. O bom momento que vive o mercado faz Thomas antever o futuro: “O grande empresário deveria chamar a seguradora, por meio de seu corretor, para ajudar na elaboração do projeto de um empreendimento”, sugere.

Confiança

O diretor comercial da Zurich Seguros, João Bosco Medeiros, defende um ingrediente que considera importante no fortalecimento da relação das seguradoras com um canal de venda: confiança. E essa confiança, segundo Medeiros, é reforçada pelas várias ações e campanhas da seguradora. O diretor enxerga uma oportunidade pela venda de seguros pela internet. Ele justifica: “Mais de dois terços de usuários jamais contrataram seguro. É uma oportunidade porque no mercado não há ofertas para esse público”.

“O congresso propicia ao corretor uma visão geral do setor e as reflexões necessárias”. Em suma essa é a opinião da *chief commercial officer* da Generali Brasil Seguros, Claudia Papa. Já o presidente da companhia, José Ribeiro, disse que a produção da Generali terá um grande aumento este ano, superando em mais de 100% os números de 2012.

O diretor da Rede Mapfre do Grupo BB e Mapfre, Dirceu Tiegs, considerou o 18º Congresso dos Corretores como um dos melhores nos últimos anos, com a presença de profissionais de todo o País. Ele aprovou os temas dos painéis e avaliou o seguro de auto popular com cautela: “Esse seguro pode ser viabilizado, porém, o reaproveitamento de peças possui impacto sobre o valor total dos gastos do sinistro”, ponderou.

O diretor da Bradesco Seguros, Marco Antônio Gonçalves, também elogiou a organização da Fenacor. “O evento foi brilhante”, resumiu. No estande da segu“Recebemos os corretores de portas abertas porque eles são os nossos grandes parceiros”, ressaltou. O gerente regional Nordeste da Previsul, Fausto Dorea, fez coro às palavras de Gonçalves: “Bons debates, palestras importantes e um local bonito. “A capital do seguro e resseguro merecia um evento de grande porte”.

CORRETOR, VENHA DISTRIBUIR FELICIDADE.



A CAPEMISA Seguradora não perde uma oportunidade de levar felicidade até as pessoas. São mais de 50 anos oferecendo Seguros de Vida, Previdência e Capitalização, sempre investindo em tecnologia, treinamento e novos produtos para atender às necessidades de seus clientes. Seja um Corretor CAPEMISA, aumente seus ganhos e contribua para o futuro de milhares de famílias, crianças e jovens assistidos pela CAPEMISA SOCIAL. Isso faz a diferença.

Decida pela FELICIDADE. Decida pela CAPEMISA.



“Quarta idade” é realidade palpável no Brasil

Número de octogenários cresce, segundo dados de fórum da longevidade

Foto: Fábio Salles/Casa da Photo



Kalache (à dir.) e pesquisadoras debateram o fenômeno da vida longa

Um termo que se tornou comum na análise da pirâmide etária brasileira populacional é a chamada “quarta idade”. O fenômeno foi evidenciado no VIII Fórum da Longevidade Bradesco Seguros realizado em São Paulo. Segundo informações do médico e gerontólogo Alexandre Kalache, ex-diretor do Departamento de Envelhecimento e Saúde da Organização Mundial de Saúde (OMS), consultor do Grupo Bradesco Seguros e coordenador do Fórum, há 2 milhões de pessoas com 80 anos ou

mais no País. “Estamos no meio de uma revolução demográfica”, revelou. É impressionante: pela primeira vez na história, o contingente de homens e mulheres com 65 anos ou acima disso irá superar o das crianças com idade inferior a 5 anos.

O fórum abordou a capacitação obrigatória de cuidadores nesse cenário, adoção de obras de infraestrutura que garantam a mobilidade de idosos, aspectos éticos no trato com essa população, programas de cunho social, médico e econômico com vistas a atender a terceira e quarta idade que, juntas, chegarão a 2 milhões de pessoas em 2050, entre outros temas. De acordo com o último Censo de 2010, a expectativa de vida média do brasileiro atingiu a 73,7

anos, ante 70,4 anos em 2000.

A epidemiologista e geriatra Linda Fried, vice-presidente do Centro Médico da Universidade de Columbia (EUA), defendeu a necessidade de investimentos em saúde preventiva, como forma de garantir qualidade de vida aos octogenários ou nonagenários. Nos Estados Unidos, poderão ser gastos nos próximos 25 anos US\$ 900 bilhões com tratamentos vinculados à hipertensão. Já a gerontóloga e secretária-geral da International Federation of Ageing (IFA), Jane Barrat, pregou a formação e capacitação de pessoas para o acompanhamento de idosos e a criação de grupos multidisciplinares que acompanhem o processo dos longevos. O Circuito da Longevidade do Grupo Bradesco Seguros reuniu, desde 2007, mais de 250 mil participantes em corridas e caminhadas nas principais cidades brasileiras. (CAP)

Corretor pode assumir importante papel social



Nascimento: profissional pode assumir o papel de educador financeiro

Um seleto grupo de profissionais da área de seguros de vida e do mercado financeiro marcou presença no VI Seminário Internacional de Marketing e Vendas – Vida e Previdência, realizado em São Paulo, iniciativa da Federação Nacional de Previdência Privada e Vida (FenaPrevi). Segundo o pre-

sidente da entidade, Osvaldo do Nascimento, a educação financeira tem um papel fundamental para conscientizar o cidadão sobre a importância de se formar uma poupança de longo prazo. “O corretor também exerce o papel de educador por ter o contato direto com o cliente”, afirmou.

Para o vice-presidente da federação e presidente da Bradesco Vida e Previdência, Lúcio Flávio Condurú de Oliveira, que presidiu o painel internacional “Viver para vender enquanto aprendo a viver”, o seminário proporcionou uma

oportunidade para refletir sobre o ambiente corretor, cliente e empresa. “As seguradoras e o corretor têm uma função social importante de compreender quais as necessidades de proteção das pessoas e de suas famílias. E além da ação de venda, o trabalho do corretor exige também um trabalho de relacionamento e acompanhamento para fidelizar o cliente”, destacou.

Cerca de 200 pessoas assistiram as palestras durante todo o dia. Elas assistiram a relatos de executivos especializados em subscrição, criação de produtos, consultores e até mesmo segurados contando sua experiência com a compra do seguro de vida e planos de previdência. (Fonte: FenaPrevi)



ALUGUEL FÁCIL
APLUB

Conheça o novo conceito de aluguel da **APLUB** Capitalização

Alugar um imóvel deixou de ser um problema. Com o Aluguel Fácil APLUB, além de eliminar toda a burocracia, você não precisa de fiador e ainda concorre a prêmios em dinheiro.

O Aluguel Fácil APLUB é um Título de Capitalização, com contratação rápida, emitido pela APLUB como garantia do Contrato de Locação.

Vantagens para o locatário:

- **Sorteios mensais de prêmios em dinheiro**
- **Resgate de 100% do valor atualizado***
- **Dispensa comprovação de renda**
- **Mais segurança**
- **Cartão de Benefícios APLUBCARD e Assistência Residencial gratuitos**

Vantagens para o locador

- **Menos risco ao alugar o imóvel**
- **Imobiliárias agilizam o processo de locação.**

* Pela Taxa de Remuneração Básica aplicada às Cadernetas de Poupança (TR), ao final do prazo de vigência do Título.
Título de Capitalização emitido pela APLUB Capitalização S/A - APLUBCAP (CNPJ 88.076.302/0001-94) e aprovado conforme Processo SUSEP nº 15414.001690/2010-18. Para maiores informações, consulte as Condições Gerais em www.grupoaplub.com.br. A aprovação deste Título pela SUSEP não implica, por parte da Autarquia, em incentivo ou recomendação a sua aquisição, representando, exclusivamente, sua adequação às normas em vigor. É proibida a venda de Título de Capitalização a menores de dezesseis anos. - Art. 3º, I do Código Civil.

APLUBCAP

APLUBCAP REALIZA SEUS SONHOS.

DDG 0800.7015179 • Av. Júlio de Castilhos, 10 - Porto Alegre - RS



Comando feminino imprime marca na UCS

Presidente da entidade, Raquel Gomes angaria prestígio dos associados

Hoje, a mulher é indiscutivelmente uma grande liderança empresarial e política no mundo. Em todos os ramos da atividade econômica, executivas, diretoras e profissionais liberais ocupam um espaço estratégico, até então dominado pelos homens. No setor de seguros, essa realidade vem se consolidando. Mesmo com vários compromissos de dona de casa – e sobretudo mãe – a mulher assume desafios inclusive no comando de entidades de classe. Corretora com larga experiência no setor, Raquel Gomes não se intimida com tais desafios. Aceita-os com determinação. E quem tem a ganhar com isso é a União dos Corretores de Seguros (UCS), da qual Raquel é a atual comandante, desde o dia 16 de abril último.

Até essa data, a corretora ocupou a vice-presidência da entidade. O presidente na época, o corretor César Bertacini, decidiu pedir afastamento do cargo para dedicar-se à campanha ao principal cargo do Sincor-SP. Naturalmente, Raquel ascendeu à presidência,

prestigiada pelos diretores da UCS e associados. Titular da R. Gomes Corretora de Seguros, ela já mostrou a que veio. “Nosso trabalho visa à qualidade e empenho de todos. Estaremos sempre lutando e evoluindo”, promete.

Segundo Raquel, a ‘União’ é reconhecida no mercado pela “efetiva participação dos seus associados e troca de informações importantes e pontuais”. A corretora cita como exemplos dessa participação o boletim informativo da entidade, um fórum na internet com 950 integrantes e o tradicional “Trocando Ideias”, reunião mensal aberta ao mercado e reunindo sempre um número expressivo de profissionais. Há, ainda, o projeto “Jovem Aprendiz”, que, de acordo com Raquel, se tornou uma realidade palpável, ao capacitar e colocar muitos funcionários no mercado. “Quero dar continuidade nestes trabalhos, ouvir os associados e inovar no que for preciso”, avisou.

A corretora explica que o “Trocando Ideias” é um dos eventos mais concorridos do mercado, pois “traz temas relevantes e atuais para o dia a dia dos corretores”. Nesses encontros, Raquel mantém o espírito de seus antecessores ao interagir com seus pares, além de ouvir os representantes das companhias sobre os temas apresentados. “Recebemos muitas autoridades que trazem novidades importantes para o setor”, emenda. Ela ressalta, contudo, que o evento pode ser aperfeiçoado visando atrair uma par-

ticipação ainda maior de um público qualificado.

A presidente da UCS está atenta à possibilidade dos corretores serem incluídos na Lei Geral do Simples, conquistando vantagens tributárias. Tudo dependerá de aprovação do Projeto de Lei Complementar 237/2013, que modifica o Estatuto das Micro e Pequenas Empresas, criado em 2006. Em seguida, precisará da sanção presidencial. Raquel não tem dúvidas de que a inclusão dos corretores no Simples trará benefícios fiscais e econômicos, além da criação de novos postos de trabalho. Essa luta é uma prioridade da UCS.

A dirigente promete muito trabalho para 2013 e imprimirá a sua filosofia com um toque ligeiramente feminino. E adverte: “Os nossos projetos terão começo, meio e fim. O mercado sente muita falta disso”. Raquel e sua diretoria querem atuar em prol dos anseios dos associados, resumindo seu empenho na palavra: “atitude”. A união de todos em prol de uma UCS representativa é o objetivo central. “Queremos crescer e nos profissionalizar cada vez mais”, garante a presidente. Confiança não lhe falta. E ninguém dúvida disso.



Raquel e membros da diretoria da UCS: apoio ao seu trabalho



“OS PÉS DESCALÇOS NA AREIA,
A BRISA DO MAR, VER AQUELE
SORRISO NO ROSTINHO MAIS
BONITO DO MUNDO...
A TRANQUILIDADE TAMBÉM
É MEU PATRIMÔNIO.”

Tranquilidade e segurança são tão importantes para você quanto o requinte e a sofisticação. E para isso, você pode contar com a Chubb Seguros, uma das maiores seguradoras mundiais e a mais antiga em operação na América Latina. A Chubb alia experiência internacional e conhecimento do mercado local para atender pessoas exigentes como você. Se a tranquilidade é essencial para você, conte conosco.

Consulte seu corretor ou ligue para a Chubb: 0800 703 66 65 • www.chubb.com.br

Residencial | Automóveis | Embarcações | Vida | Transporte | Entretenimento | D&O
Responsabilidade Civil Geral | Riscos Engenharia | Riscos Diversos | Garantia | Massificados



Você tem com quem contar.

Icatu: reforço na superintendência



O executivo Silas Kasahaya, profissional com 26 anos de experiência no mercado de seguros, assumiu recentemente a Superintendência Comercial na Regional São Paulo da Icatu Seguros. O objetivo de Kasahaya é desenvolver o mercado de corretores para distribuição dos produtos de vida e previdência voltados a pessoas físicas e pequenas e médias empresas.

Novo COO para a Europ Assistance



A Europ Assistance anunciou a contratação do novo chief operation officer: Altivo Oliveira, responsável pela área de operações e tecnologia. Oliveira terá a missão de desenvolver soluções inovadoras, otimizar o desempenho dos prestadores, entre outras ações. É mestre em Administração pelo Instituto Brasileiro de Mercado de Capitais.

BNP Paribas nomeou chairman e CEO



Pierre de Villeneuve foi nomeado chairman e CEO da BNP Paribas Cardif, braço segurador do BNP Paribas, e chegou a ocupar a vice-presidência. É membro do Comitê Executivo desde 2004. Villeneuve substituiu Eric Lombard, que decidiu continuar a carreira fora da organização. O novo CEO apoia o desenvolvimento da área de seguros do grupo, desde sua fundação, em 1973.

Nova superintendente na Seguros Unimed



A Seguros Unimed anunciou Liliane Jeanne Baldacci como sua superintendente de Administração e Finanças. A nova gestora comandará as áreas de planejamento tributário e contábil, planejamento econômico e controle, financeira e gestão administrativa. Possui MBA em Ohio University e pós-graduação em Gestão Financeira e Controladoria na FGV.

SulAmérica: diretora comanda 'Pessoas'



A economista Patrícia Coimbra já está à frente da Diretoria de Capital Humano da Sul América S/A, responsável pela política de gestão de pessoas dos 4.500 funcionários da organização, distribuídos em 85 filiais pelo Brasil. A executiva tem pós-graduação em Marketing pela PUC/RJ, graduada em Economia e TI.

Assist Card anuncia novo executivo no PR



A Assist Card Brasil contratou um executivo para dar suporte às operações comerciais da companhia no Paraná, em especial na região norte do Estado. Raphael Chiesa é o novo novo coordenador de vendas, com base fixada em Londrina. Com formação em Turismo e Hotelaria, Chiesa tem experiência e passagens por empresas ligadas ao setor.

Executiva assume gerência do Grupo Santa Celina



Margarida Manfredini assumiu a Gerência de Canais de Clientes do Grupo Santa Celina. Enfermeira formada pela PUC de Sorocaba, com especialização em Administração Hospitalar pela USP e MBA em Economia e Gestão da Saúde pela PUC-SP, ela trabalhou por 22 anos no Hospital Samaritano (SP) antes de ingressar no grupo.

Brasileiro vence concurso Allianz Football Trip



O paulista de Guarulhos, Diego Tadeu Luscri, 25 anos, vai realizar um sonho acalentado há algum tempo: durante 25 dias vai viajar com todas as despesas pagas para assistir gran-

des jogos do futebol mundial em estádios no Brasil e mais África do Sul, Austrália, Espanha e Tailândia. Luscri venceu outros seis competidores na última etapa do concurso Football World Trip, promovido pelo Grupo Allianz, que aconteceu em Munique, na Alemanha.

<http://migre.me/gBJMr>

Companhia é representante de entidade no País

A Icatu Seguros será representante da Insurope Network no Brasil, associação de seguradoras independentes que oferecem benefícios de seguros de vida e previdência no Programa Mundial de Benefícios (“Multinational Pooling”). “Para a Icatu Seguros, a associação é mais uma força unida à parceria já consolidada que possui com a Swiss Life”, afirma o vice-presidente de Planejamento e Vendas Luciano Snel (*foto*).

<http://migre.me/gBKkc>



CSP-MG realiza último workshop de 2013



O Clube de Seguros de Pessoas de Minas Gerais (CSP-MG) reuniu corretores e lideranças de mercado, em 5 de novembro, no auditório do Sindseg-MG, para o último workshop de 2013, com o tema “Vendas de Seguros de Pessoas: Planejamento e Atitudes Vencedoras”. Ele é palestrante de cunho motivacional. Especialista nesse quesito, Rodrigo Capanema deu dicas de como cativar o cliente e otimizar resultados em vendas.

<http://migre.me/gBKOz>



Lojacorr recebe prêmio ‘Seguros em Foco’ no PR



A Lojacorr S.A. Rede de Corretoras de Seguros recebeu o “Prêmio Seguros em Foco do Mercado de Seguros – Hermes 2013”, que tem como objetivo destacar empresas, produtos e profissionais do mercado de seguros do Estado do Paraná. Concorrendo com grandes corretoras de seguros, a Lojacorr foi eleita por meio de votação direta dos seguradores, como destaque na categoria Automóvel.

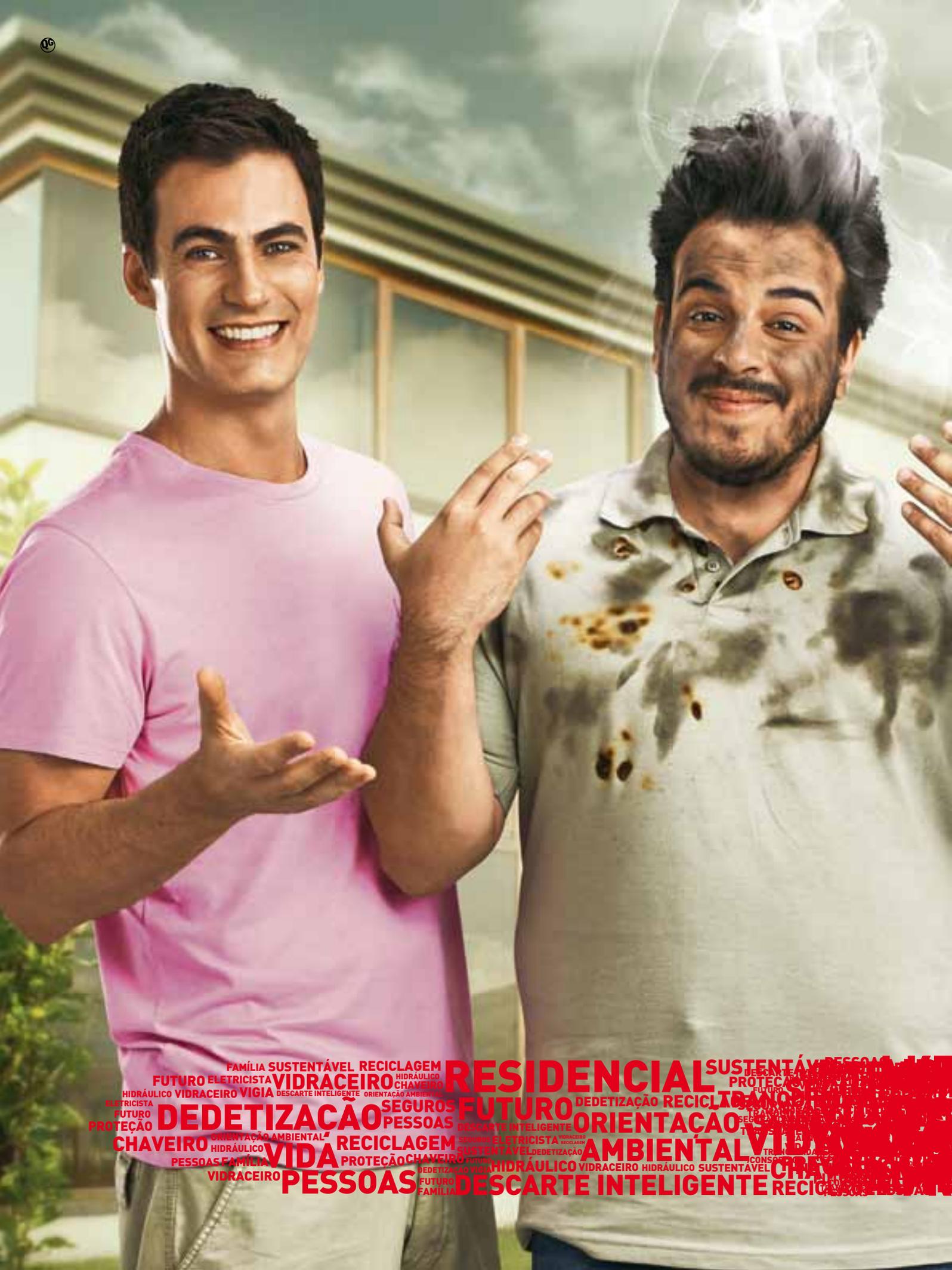
<http://migre.me/gBKZ5>

Capitalização distribuiu R\$ 700 milhões em prêmios

A FenaCap divulgou o resultado do setor entre os meses de janeiro e setembro de 2013. A distribuição de prêmios registrou aumento de 16,05% em relação ao mesmo período de 2012 e os clientes contemplados receberam R\$ 725,08 milhões no total, o que representa uma média de R\$

3,8 milhões por dia útil. O faturamento das empresas representadas pela entidade atingiu R\$ 15,30 bilhões, o que corresponde a um crescimento de 27% em relação aos mesmos meses do ano anterior.

<http://migre.me/gBLcX>



FAMILIA SUSTENTAVEL RECICLAGEM
 FUTURO ELETRICISTA VIDRACEIRO VIGIA
 HIDRAULICO VIDRACEIRO VIGIA
 ELETRICISTA
 FUTURO
 PROTECAO
 DEDETIZACAO
 CHAVEIRO
 ORIENTACAO AMBIENTAL
 VIDRACEIRO
 PESSOAS FAMILIA
 VIDRACEIRO
 RECICLAGEM
 PROTECAO
 CHAVEIRO
 DEDETIZACAO VIGIA
 FAMILIA
 RESIDENCIAL
 SUSTENTAVEL
 PESSOAS
 FUTURE
 DEDETIZACAO
 RECICLAGEM
 ORIENTACAO
 AMBIENTAL
 VIGIA
 CHAVEIRO
 DESCARTE INTELIGENTE
 RECICLAGEM
 SUSTENTAVEL
 PESSOAS

NÃO (QUEIME) O SEU FILME NEM A VIZINHANÇA INTEIRA. FAÇA UM MAPFRE RESIDENCIAL.

O MAPFRE Residencial é feito por pessoas que cuidam de pessoas e do planeta também. Por isso oferece serviços como:

- Descarte inteligente;
- Dedetização;
- Não depreciação dos aparelhos em caso de danos elétricos;
- Sorteios de capitalização de até R\$ 7.000,00 (IR bruto);
- Instalação de pias e tanques;
- Cobertura para atividade comercial na residência;
- Conversão de fogões a gás;
- Vigia;
- Locação de caçamba;
- Limpeza de caixa d'água;
- E muito mais.

Peça já sua proposta.
Corretor MAPFRE é mais seguro.

**MAPFRE**

Pessoas que cuidam de pessoas.

www.mapfre.com.br



Ele, ela e o elo.

Seus clientes merecem passar pelas fases mais importantes da vida com toda tranquilidade. É por isso que estamos conectados com a melhor rede médica para oferecer um **Seguro Saúde** completo.

VIDA | **SAÚDE** | PREVIDÊNCIA | ODONTO

Saiba mais sobre o produto em www.segurosunimed.com.br facebook.com/segurosunimed

Unimed Seguradora S/A - CNPJ 92.863.505/0001-06 - Reg SUSEP 694-7, Unimed Seguros Saúde S/A - CNPJ 04.487.255/0001-81 - Reg ANS 00.070-1



Conectados
para cuidar
de você