

REVISTA

SEGURO

Ano XV
Nº 143 - 2014
R\$ 20,00

TOTAL

ta

travel ace assistance

Destaque no mercado

Empresa inova em assistência-viagem

Marcello Gonçalves,
CEO Brasil



Terra Brasis divulga 13ª edição do relatório Terra Report

O CERTIFICADO DIGITAL
É OBRIGATÓRIO.

A DOR DE CABEÇA
É OPCIONAL.



COMPRA ONLINE
INTELIGENTE



OS MELHORES
PRODUTOS



PROFISSIONAIS
ESPECIALIZADOS



PRESENÇA FÍSICA
EM TODO O BRASIL



A ICP Seguros reúne os melhores produtos de certificação e uma rede de atendimento presencial qualificada para você adquirir seu certificado digital de forma rápida, segura e sem complicação.

Acesse nosso site e compre seu certificado digital. Tem sempre um ponto da ICP Seguros perto de você, pronto para atendê-lo.



ICP Seguros

www.icpseguros.com.br

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

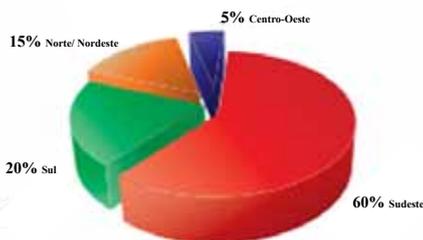
Cristiane Pappi
cristiane@revistasegurototal.com.br

Redação, administração e publicidade

Rua José Maria Lisboa, 593
Conjunto 5 - CEP 01423-000
São Paulo - SP
Telefone/Fax: (11) 3884-5966/3884-0905

A Revista **Seguro Total** é filiada à Anatec, sob o n° 386/2013

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

Crescimento do setor em 2014 será alicerçado pelas estatísticas

Durante almoço de confraternização promovido pela Confederação Nacional das Seguradoras (CNseg) a 400 pessoas no Rio de Janeiro, em 19 de dezembro último, havia um clima justificável de euforia no ar. Na ocasião, o presidente da entidade, Marco Antonio Rossi, destacou os números excepcionais do setor, que terminou 2013 com crescimento de 15%, mantendo a expansão de dois dígitos registrada em períodos anteriores. “Se tem um mercado que cresce em ritmo chinês no Brasil é o de seguros”, disse o executivo, entusiasmado com essa performance.

Rossi não tem dúvidas de que o mercado deverá atingir, pela primeira vez, a marca de 6% do PIB brasileiro e R\$ 500 bilhões em valores administrados. Uma marca histórica, levando-se em conta as oscilações da economia brasileira, cujo cenário em 2104 promete mais turbulências provocadas sobretudo pela inflação que, segundo economistas, deverá superar a meta de 6,5% estabelecida pelo Banco Central. Mas os seguros ainda tem muito espaço para crescer, na visão do presidente da CNseg, pois uma parcela considerável de brasileiros ainda não dispõe de mecanismos de proteção. Exemplo: menos de um quarto da população tem seguro saúde no País.

Executivos são unânimes em afirmar que a taxa Selic mais elevada – tendência que se consolidará no decorrer do ano – deve propiciar uma maior competição no mercado brasileiro. Em termos de vida e previdência, a expectativa de avanço também ronda o índice de 15%. Contudo, o segmento está atrelado à volatilidade e sofre influência direta da economia norte-americana. Esse mercado levou um susto entre julho e setembro, período em que o setor foi penalizado por essa mesma volatilidade no mercado de juros futuros e na marcação de títulos. Temerosos de sofrerem perdas nos fundos, os beneficiários resgataram os recursos aplicados. Resultado: o setor registrou captação líquida negativa.

No entanto, as taxas de juros atrativas impulsionarão os negócios das empresas. As previsões otimistas em todas as áreas vislumbram a capacidade do consumidor de compreender os mecanismos do seguro, o lançamento de novos produtos que se encaixam em perfis diferenciados da clientela, investimentos em tecnologia e o aperfeiçoamento das estratégias de venda. O corretor deverá se “reinventar” na atividade para conquistar novos nichos até então poucos explorados. Em suma, 2014 promete muitas novidades. Os números provam que é possível avançar mais.



CAPA

14

Equipe da Travel Ace veste literalmente a camisa em frente à sede da empresa. Expectativa de crescimento em época da Copa.

Blog SoFotos



MURAL

8

A partir de março, Norton Glabes Labes não comandará a Bradesco Capitalização. E deverá continuar na ativa.



POLÍTICA

34

Secretário-executivo adjunto do Ministério da Fazenda, Dyogo de Oliveira, é cotado para assumir a Susep.



Uol

BOA NOTÍCIA

20

Estudo recente divulgado pela Munich Re concluiu: a prevenção reduziu o custo das catástrofes naturais em 2013.



DESEMPENHO

30

Stefanini investirá R\$ 400 milhões para dobrar de tamanho até o fim de 2016. Na foto, o CEO Marco Stefanini.

SEÇÕES

- 18** Artigo
- 20** Lançamento
- 26** Panorama
- 28** Análise
- 32** Marketing Best
- 35** Memória
- 36** Giro de Mercado
- 37** Planeta Seguro



MURAL

10

Lloyd's tem pela primeira vez uma mulher como CEO, desde sua fundação, no final do século 17. É a executiva Inгла Beale (foto).



INFOSUSTENTABILIDADE

21

CNseg anuncia os vencedores da terceira edição do Prêmio Antônio Carlos de Almeida Braga de Inovação no RJ.

A OPORTUNIDADE
QUE O SEU CLIENTE
ESPERAVA PARA
TER OMINT.

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



Prestígio é
cuidar de você.

www.omint.com.br
0800 726 4000
ou (11) 4004-4011

CHEGOU
OMINT
CORPORATE.

Resseguradoras tiveram dias amargos em 2013



Botti: números do mercado brasileiro até setembro mostram uma ligeira melhora em relação a junho

O tradicional relatório do mercado brasileiro de resseguros produzido pela Terra Brasis (Terra Report), em sua décima edição, trouxe boas e más notícias. Começamos por um fato auspicioso: nos 12 meses anteriores a setembro de 2013, o volume do mercado nacional de resseguros (bruto por comissão) atingiu R\$ 7,5 bilhões, 16,1% de crescimento em relação a igual período de 2012,

quando alcançou R\$ 6,4 bilhões. O fato negativo: o lucro das resseguradoras locais que atuam no País foi de R\$ 29 milhões nos primeiros três trimestres, queda de mais de 90% em face dos números do ano passado.

Apesar do lucro pífio, as companhias, segundo o relatório, conseguiram reverter o prejuízo apresentado no primeiro semestre, de R\$ 82 milhões.

“Os números do mercado brasileiro até setembro mostram uma ligeira melhora em relação a junho. Entretanto, tememos que esta melhora seja momentânea e os números do quarto trimestre de 2013 mostrem deterioração do mercado brasileiro”, comentou o diretor de Riscos da companhia, Rodrigo Botti.

Ainda de acordo com o relatório, nos 12 meses anteriores a setembro, a sinistralidade do mercado ressegurador local ficou em 85%, frente a 90% dos 12 meses findos em junho de 2013. O *combined ratio* ficou em 103%, pois a redução dos sinistros foi compensada por um custo maior de retrocessão. Botti comenta que uma série de sinistros de grandes proporções ocorreu no último trimestre do ano passado. “Com isso, não nos surpreenderia um aumento da sinistralidade do mercado e possivelmente uma piora no resultado do ano”, prevê. Os dados que compõem o relatório tem como base o levantamento da Superintendência de Seguros Privados (Susep).

Tempo Dental já é da Caixa Seguros

O Grupo Caixa Seguros assinou com a Tempo Participações um contrato para a aquisição da Tempo Dental, em uma operação no valor de R\$ 133,595 milhões. A Tempo Dental possui mais de 524 mil beneficiários e faturamento aproximado de R\$ 65 milhões acumulado até o terceiro trimestre de 2013. Até o fechamento dessa edição, o negócio aguardava a aprovação do Conselho Administrativo de Defesa Econômica (Cade) e da Agência Nacional de Saúde Suplementar (ANS). A aquisição propiciará à Caixa Seguros complementar sua atividade de seguros saúde e impulsionar ainda a

venda desses produtos no Brasil.

Segundo o diretor da Caixa Seguros Saúde, César Lopes, “mais de 20 milhões de brasileiros nunca tiveram a oportunidade de consultar um dentista. O potencial deste mercado é enorme”. Lopes acredita que a compra de uma nova plataforma irá suprir as necessidades dessa parcela da população, “oferecendo atendimento de qualidade, a baixo custo, e uma ampla rede de profissionais em todo o País”. Há, segundo estatísticas recentes, demanda reprimida de pessoas que precisam de tratamento odontológico, mas elegem outras prioridades.

Recorde em 2014?

A atividade de IPOs deve se manter firme até março de 2014. Segundo relatório da consultoria EY (*antes Ernst & Young*), o ano fechou com 864 transações que somaram US\$ 163 bilhões. O Brasil registrou o maior IPO do ano no mundo com a oferta da BB Seguridade, que levantou US\$ 5,6 bilhões. O país impulsionou os bons resultados da América Latina, com dez IPOs que somaram mais de US\$ 8,5 bilhões. “A expectativa é que o cenário brasileiro sustente um ambiente regulatório com investidores interessados em ofertas de US\$ 200 milhões a US\$ 500 milhões”, analisa André Viola Ferreira, sócio de Mercados Estratégicos da EY.



“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.

A Bradesco está sem um líder

Norton Glabes Labes irá se aposentar? É difícil acreditar nessa possibilidade

Da Redação

O mercado ficou em estado de choque. Havia uma atmosfera de incredulidade, desde que a notícia ecoou junto a executivos de seguradoras, corretores e à mídia especializada. A saída de Norton Glabes Labes da presidência da Bradesco Capitalização pegou todos de surpresa. Contudo sua ausência será sentida por todos justamente por um aspecto: ele ama o que faz e valoriza as pessoas que estão a sua volta. Correção: há um segundo aspecto. Norton ajuda a quem quer que seja, mesmo repleto de compromissos pessoais e/ou profissionais. O executivo continuará à frente da companhia até 10 de março e seu provável substituto será o diretor-gerente da Bradesco Capitalização, José Sérgio Bondim.



Norton ama o que faz, valoriza as pessoas que estão a sua volta e ajuda a quem quer que seja

Números

A Bradesco Capitalização registrou faturamento de R\$ 2,1 bilhões no primeiro semestre de 2013, crescimento de 21,8% em relação a igual período do ano anterior. Até novembro, a receita atingiu R\$ 4,2 bilhões, avanço de 22% quando comparada às cifras de igual período de 2012. A empresa possui uma linha de títulos socioambientais que, segundo analistas, revolucionou o mercado. Leia na página

32 entrevista exclusiva de Norton após receber pela oitava vez o prêmio Marketing Best. Após esse anúncio, é difícil imaginar na aposentadoria do presidente. Até porque ele continuará na ativa, instalando-se em seu escritório. E certamente Norton estará por perto, acompanhando os principais acontecimentos do setor seguros. E que isso sirva, ao menos, de consolo a quem se acostumou a desfrutar de sua agradável companhia.

Presidente do Sincor-RS promete “gestão colegiada”

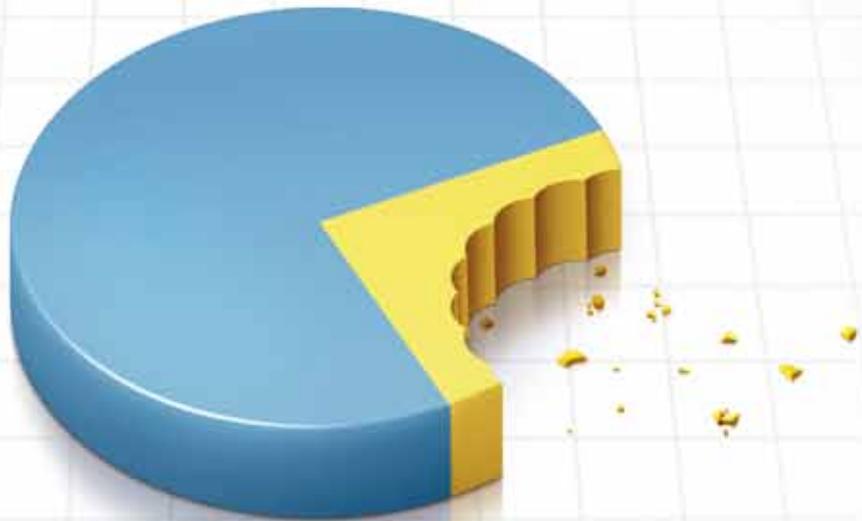


No dia 8 de janeiro, a nova diretoria do Sindicato dos Corretores de Seguros do Estado do Rio Grande do Sul (Sincor-RS) tomou posse em cerimônia que reuniu autoridades do mercado, personalidades políticas e convidados especiais no Hotel Plaza São Rafael, em Porto Alegre. O presidente eleito, o corretor

Ricardo Albino Pansera, comandará a entidade no triênio 2014-2017.

Em seu discurso, Pansera ressaltou os trabalhos desenvolvidos pelos ex-presidentes Sérgio Alfredo Petzhold e Celso Vicente Marini – a quem ofereceu uma placa de honra em mérito – e agradeceu o apoio recebido pelos delegados regionais do Sincor-RS, ressaltando a unidade do grupo eleito. “Assumimos com a proposta de gestão colegiada, capaz de enxergar a riqueza do diverso e da pluralidade, mas com o entendimento que é preciso ter clareza do norte, do objetivo a ser atingido e do caminho a ser percorrido”, ressaltou.

A diretoria eleita constituída pelos seguintes nomes: Ricardo Pansera (presidente); Celso Marini (vice-presidente); Sérgio Petzhold (vice-presidente administrativo-financeiro); Roseli Lustosa de Castro (vice-presidente de Relações com o Mercado); André Thozeski (diretor de Marketing e Eventos); César Blauth (diretor social); Genesi Cassol (diretora de Benefícios e Convênios); Jorge Jaeger (diretor de Formação Técnica Profissional e Cultural); Marcos Pozza e Amauri Bueno (suplentes). O Conselho Fiscal é formado por Luis Carlos Bernardes e Fabiano Rocha (efetivos) e Maria Eunice Ribas (suplente).



Não deixe que os problemas odontológicos afetem a saúde financeira dos seus clientes.

O Porto Seguro Odontológico é um seguro diferenciado, que tem como foco a prevenção e não a doença. Com um custo acessível e planos a partir de 4 vidas, o seguro possui processo informatizado de ponta a ponta, o que assegura mais facilidade e qualidade para o seu cliente.

- Abrangência nacional;
- Porta de entrada para venda de outros produtos;
- Gestão 100% on-line;
- Excelente relação custo-benefício.



Consulte seu gerente comercial ou acesse
www.portoseguro.com.br/odonto.

Odontológico



Viajar aos Estados Unidos sem seguro é um risco



Carro fica coberto de gelo em Baltimore: frio polar castiga americanos e atinge boa parte do país

O Ministério das Relações Exteriores (Itamaraty) está preocupando com a onda de frio intenso que atinge boa parte dos Estados Unidos. Só no dia 7 de janeiro, por exemplo, 1.954 voos foram cancelados nos Estados Unidos, estatística que inclui tanto as aeronaves que chegam e partem do país quanto as que viajam dentro do território norte-americano. O Itamaraty entende que o turista bra-

sileiro precisa se precaver à ocorrência de problemas. E precisa mesmo. Segundo o governo, ninguém deve sair do País sem contratar um seguro viagem – aliás recomendação obrigatória em qualquer situação, mas, agora, ganha cores de dramaticidade.

O seguro de viagem, que garante atendimento médico hospitalar em caso de acidente ou por doenças causadas pelo frio intenso, deverá

servir como proteção adequada para estrangeiros na América do Norte. Em caso de emergência ou qualquer necessidade de apoio no exterior, o Itamaraty recomenda ao turista que busque apoio dos consulados, embora estes não se responsabilizem por custos de saúde dos brasileiros.

Estima-se que mais de 140 milhões de pessoas sejam afetadas pelo frio. Em janeiro, a onda de nevascas nos EUA causou queda monumental (leia-se abaixo de zero grau) no norte e em áreas centrais do país. Seguros de viagem devem ser adquiridos antes da saída do passageiro do aeroporto e são geralmente oferecidos por seguradoras e bancos, além de administradoras de cartões de crédito e operadoras de viagem. A procura pelos Estados Unidos obedece a uma lógica que se perpetua no tempo: de acordo com a Associação Brasileira de Agências de Viagens (Abav), esse é o destino mais procurado pelos brasileiros em suas viagens de férias.

Comando feminino no Lloyd's



Inga substitui Richard Ward: executiva possui 30 anos de vivência e sua meta será a de consolidar liderança do Lloyd's no mercado

O anúncio foi motivo de aplausos e ressalta o papel da mulher como dirigente das principais organizações do mundo. Não é mais novidade. O que chama a atenção é o Lloyd's of London ter pela primeira vez uma mulher como CEO, desde

a sua fundação, no final do século 17. Tradicional mercado de seguro e resseguro britânico, enfim, quebra uma resistência e avisou, em dezembro, que Inga Beale seria a sua comandante, em substituição a Richard Ward. No início do ano, Inga já começou a trabalhar, imprimindo um estilo pessoal, colocando todo o seu conhecimento de 30 anos no setor em prol da instituição. “Quero aproveitar essa oportunidade extraordinária para contribuir no fortalecimento da posição do Lloyd's como líder mundial desse mercado”, comentou.

De interino a ouvidor

Acolhendo reclamações, sugestões e ideias para aperfeiçoar o atendimento da Agência Nacional de Saúde Suplementar (ANS), o servidor público federal Jorge Magalhães Toledo busca cumprir plenamente suas funções na Ouvidoria, após ser nomeado para o cargo pela presidente Dilma Rousseff. Ele foi cedido à agência em 2001 e, desde então, atuou como auditor interno, gerente-geral de administração e finanças e assessor especial da Presidência da República. Toledo é técnico contábil, bacharel em Direito, com mestrado em saúde pública pela Ensp/Fiocruz. Desde outubro último, Toledo vinha assumindo interinamente a Ouvidoria da ANS.

Nova solução em vistoria de veículos combate fraudes

Empresa lança serviço que reduz o tempo do cliente em posto de atendimento



Vistorias poderão ser realizadas em terminais instalados em locais abertos

Cristiane Pappi

A Dekra lançou em dezembro o Dekra Check-in, posto de autoatendimento produzido e patenteado pela empresa, para a realização de vistorias. O serviço permite que o proprietário do veículo realize a vistoria de forma simples e prática, otimizando os processos já existentes no modelo vigen-

te. “A ideia é que o cliente vá até ao autoatendimento sozinho, insira os dados, realize sua vistoria e saia com o comprovante de inspeção feito”, afirma o CCO da empresa, Mário Cássio Maurício.

Segundo o executivo, o Dekra Check-in será oferecido às seguradoras, personalizando os postos de autoatendimento conforme as características visuais da contratante. “O principal objetivo é viabilizar um tipo de serviço ágil, flexível e eficiente”. Maurício revela que a Dekra pensou em um produto que reduza o tempo do cliente no posto de atendimento. O sistema é totalmente interativo, com

instruções de voz e texto para a compreensão do cliente. Todas as telas são acompanhadas por um chat, que esclarece as dúvidas do cliente no momento da operação. “Nos preocupamos em montar um procedimento que, além de ser rápido, evite a perda de todo o trabalho de seleção do risco, algo fundamental para a vistoria”, afirma o CCO.

Outra vantagem proporcionada pelo ‘Check-in’ é a possibilidade do cliente realizar a vistoria a qualquer horário, já que o terminal de autoatendimento poderá ser instalado em locais abertos 24 horas, como shoppings ou estacionamento de hipermercados. O executivo comentou que três seguradoras já demonstraram interesse e vão implantar o serviço dentro de seus postos. Além disso, existe o posto de atendimento da própria Dekra, em Atibaia, São Paulo.

Veja o ‘passo a passo’

Antes do cliente se dirigir até ao terminal de autoatendimento para realizar a vistoria, ele precisa estar com o Certificado de Registro e Licenciamento do Veículo (CRLV), Carteira Nacional de Habilitação (CNH) e a senha de solicitação de agendamento. O coordenador de Projetos, Felipe Souza, explica que existem dois tipos de vistorias. Uma, com agendamento, feito pelo corretor. De acordo com Souza, “o corretor emitirá uma senha. Quando o motorista digitá-la no terminal, automaticamente carregará os dados do corretor e o código Susep. O cliente completará apenas com os seus dados pessoais”. Se a pessoa não tiver feito o agendamento, também poderá fazer a vistoria, porém terá de informar todos seus dados manualmente.

Ao chegar ao terminal, ele precisará embicar o carro para entrar no posto de vistoria. Sensores na lombada são acionados para iniciar a gravação de um vídeo, registrando a entrada do cliente. O carro é filmado por uma câmera frontal. Por meio de comando de voz, o motorista é orientado a descer do carro e dirigir-se até o totem para iniciar os procedimentos. O modelo é capaz de reduzir o tempo total da vistoria em quase 30 minutos, num período que compreende de 10 e 15 minutos.

Com a finalização dos registros fotográficos, todas as informações serão enviadas para a seguradora. O cliente recebe um comprovante com senha e login que permite visualizar as imagens e dados no portal. O parecer somente será disponibilizado para a companhia. Na avaliação de Maurício, o serviço também deve proporcionar aumento substancial nos índices de satisfação dos

clientes em relação às seguradoras, baseados em conceitos como rapidez, segurança e precisão do processo, desde a constatação de dados até a conclusão da vistoria. “Temos a certeza que, agora, será possível diminuir o nível de fraude, uma vez que as informações serão todas transmitidas via sistema”, garante. E, por último, O posto de autoatendimento da Dekra auxilia na diminuição de impactos ambientais, porque apresenta características ligadas à sustentabilidade.



Totem interage com o cliente

Seguros

 Liberty Seguros

 Li



Promoção
**segura
meu
lugar**

CORRETOR



Residência



Vida e AP



Pequenas e
Médias
Empresas

**CONCORRA A INGRESSOS
E PRÊMIOS INCRÍVEIS.**

Vendendo os produtos Liberty Seguros participantes, você, corretor, pode faturar ingressos para a Copa do Mundo da FIFA 2014™, além de prêmios exclusivos. **Participe.**



FIFA WORLD CUP
Brasil



**Liberty
Seguros™**

SAIBA MAIS NO LIBERTY WEB EM:
WWW.LIBERTYSEGUROS.COM.BR/CORRETORES

SEGURADORA OFICIAL DA COPA DO MUNDO DA FIFA 2014™

Segurança e tranquilidade nos cinco continentes

Travel Ace conquista o mercado com produtos em assistência-viagem

Divulgação



Equipe de trabalho da Travel Ace atua com dinamismo, atendendo às necessidades dos clientes

Da Redação

Até 2017, o Brasil pode se tornar o terceiro maior mercado aéreo doméstico do mundo, com 122,4 milhões de passageiros, atrás apenas de Estados Unidos e China. Esse dado surpreendente (menos para os operadores de turismo) consta no documento “Projeções do Setor Aéreo 2013-2017”, divulgado pela Associação Internacional de Transporte Aéreo (Iata). Previsões do Ministério do Turismo confirmam essa expectativa de crescimento e atestam um fenômeno não menos recente: os brasileiros estão viajando cada vez mais, de avião, dentro do País. Em 2013, a projeção do ministério é a mais otimista possível – os desembarques domésticos podem chegar aos 92 milhões.

Antes da alta do dólar, os brasileiros viajaram como nunca ao exterior e atualmente houve certo arrefecimento. Mas os destinos preferenciais continuam sendo os Estados Unidos (Orlando, Nova York, Las Vegas, Miami e Los Angeles) e Europa (sobretudo Portugal, Espanha, Itália, Reino Unido e

Alemanha). Mas com a proximidade da Copa do Mundo e as Olimpíadas em 2016, as empresas que prestam serviço de assistência- viagem estão eufóricas com a possibilidade da chegada de uma leva considerável de turistas estrangeiros e também com número expressivo de visitantes de várias partes do País. Nesse cenário, a Travel Ace Assistance – uma das mais tradicionais empresas do segmento – prepara-se para atender os turistas em suas necessidades mais importantes. O CEO Brasil, Marcello Gonçalves, explica com detalhes o trabalho da empresa, ligada ao grupo argentino Imas, líder na América Latina na área de assistência-viagem – atende a mais de 10 milhões de viajantes em todo o mundo. Marcello é homem experiente no mercado financeiro e de seguros. Foi presidente de grandes companhias seguradoras, além de ter sido sócio e diretor de uma importante instituição financeira. Seu objetivo à frente da empresa é o de manter a liderança e reforçar a marca no mercado de turismo, além de ampliar sua participação no mercado de viagens corporativas.

“Vamos atuar profissionalmente, detectando oportunidades e lançando novos produtos”, enfatiza Marcello.

Fundada no Brasil em 1993, a Travel Ace marca presença em 7 mil agências e operadoras de turismo no País. Possui escritórios comerciais em dez capitais e no Distrito Federal, além da cidade de Campinas. Graças ao empenho de seus funcionários, ocupa um espaço precioso no mercado, com a expectativa de crescer de forma sustentável nos próximos anos.

Serviços 24 horas ou 365 dias

Numa conceituação mais precisa, a Travel Ace é um conjunto de serviços de assistência para tornar a viagem do usuário mais tranquila. Os serviços estão disponíveis 24 horas por dia ou 365 dias por ano e podem ser acionados por um simples telefonema. Seja um contratempo ou um evento mais sério, a empresa age rapidamente e acompanha o processo até o seu desfecho.

Ao utilizar os mecanismos da mídia e outras formas de comunicação, a Travel Ace contribui para a conscientização sobre a importância de se contratar assistência viagem aos turistas, assim como a assistência médica gratuita disponibilizada aos beneficiários da previdência social em países como Portugal, Grécia, Itália, Chile e Cabo Verde. Segundo Marcello, é imprescindível que os turistas antes de programarem suas viagens garantam o atendimento médico, embora a assistência-viagem não seja um elemento obrigatório em termos de permissão de entrada em alguns países.

De qualquer maneira, num momento em que mais brasileiros viajam pelo País e contratam pacotes sobretudo para a Europa e Estados Unidos, o serviço de assistência torna-se indispensável em quais-

quer roteiros. As principais operadoras de turismo já comercializam produtos do segmento em suas programações. “Essa é uma tendência irreversível. A procura por serviços como esse, de alto valor agregado, continuará ganhando espaço”, acredita o CEO da Travel Ace.

No cenário desenhado pelo executivo ganham todos – as operadoras, as agências, as empresas de assistência em viagem e, naturalmente, os próprios clientes. O objetivo final é a minimização dos riscos inerentes a quem deseja conhecer novos lugares e culturas ou mesmo no cumprimento de suas atividades profissionais. Seja em viagens aéreas ou marítimas até, o fato é que, nos últimos anos, percebeu-se uma mudança radical dos hábitos dos turistas brasileiros, cada vez mais desejosos de assegurar benefícios em seus deslocamentos tanto dentro como fora do País.

Embora sofrendo os sobressaltos da

economia, o Brasil é considerado por muitos especialistas como um emergente e maduro. É, hoje, um dos lugares mais promissores para o desenvolvimento do mercado de assistência a turistas. E essa tônica deve continuar nos próximos anos. É um mercado que evolui paulatinamente e atrai um número expressivo de novos clientes. Nas previsões de Marcello, a Travel Ace deverá crescer 20% em 2014. “Estamos redimensionando o nosso call center, de forma que ele seja um apoio ao departamento comercial. Contratamos 15 novos promotores”, comentou o executivo.

Além disso, Marcello aposta na capacitação de sua equipe. Profissionais bem preparados poderão perfeitamente treinar os agentes de viagens sobre a comercialização dos produtos e, assim, alavancar as vendas. “No Brasil, somente 30% das pessoas que fazem turismo re-



Divulgação

Marcello: “Vamos atuar profissionalmente. Iremos detectar oportunidades e lançar novos produtos”

gularmente contratam o serviço. Na Argentina, por exemplo, esse percentual é de 70%”, revela. O CEO disse também que algumas das capitais atendidas pela Travel Ace já receberam reforço no atendimento. E na medida em que a empresa consolidar sua presença nessas regiões, o próximo passo será o de prospectar outras localidades.

Embaixador é simplesmente “o melhor do mundo”

Divulgação



Marcello ao lado de display que estampa o craque: parceria de sucesso

Quem não gostaria de ter um jogador que foi o melhor do mundo quatro vezes como o embaixador

de sua marca? Pois bem, a Travel Ace conquistou a façanha com o craque argentino Lionel Messi. O jogador do Barcelona foi anunciado embaixador em junho de 2013. No mês seguinte, a empresa lançou uma campanha mostrando Messi já nessa condição, com o objetivo de mudar a consciência dos turistas brasileiros quanto ao uso da assistência-viagem, facilitando,

inclusive, o trabalho dos agentes.

A Travel Ace tem certeza de um fato: o ‘embaixador’ Messi reafirma

o prestígio da marca e ajuda a superar eventuais dificuldades nas vendas do Brasil. E qual é a estratégia? Os atuais produtos e os que sairão da “prateleira”, além de terem a assinatura do craque, terão sua receita revertida para a Fundação Leo Messi, que cuida de crianças e adolescentes carentes em toda a América Latina.

A fundação firmou com a Universal Assistance e Travel Ace um acordo que viabiliza a promoção da saúde, educação, esportes, saúde e inclusão social de meninos e meninas de famílias pobres. A ideia central é que esses jovens tenham oportunidades iguais de crescimento e possam concretizar seus sonhos. A história de vida e superação de Messi espelha características, atributos e valores comuns àqueles que vivem com intensidade e energia.

Apoio ao esporte que revela talentos na pista e na quadra

Blog Flávio Gomes



Em 2011, Pietro conquistou sua primeira vitória na Whelen All American Series, uma das divisões da Nascar

A Travel Ace investe no esporte. Tanto é que ela é assistência oficial de algumas das principais entidades do esporte brasileiro. São seis confederações que

levam a marca da empresa – Confederação Brasileira de Vela e Motor (CBVM), Confederação Brasileira de Basquetebol (CBB), Confederação Brasileira de Judô

(CBJ), Confederação Brasileira de Ciclismo (CBC), Confederação Brasileira de Triathlon (CBTri) e Confederação Brasileira de Handebol (CBHb).

No caso dos atletas que praticam a vela, o apoio justifica-se: é o esporte com mais medalhas olímpicas, sendo 16 no total. A categoria possui dois dos maiores medalhistas da vela nacional – Torben Grael, com cinco medalhas (dois ouros) e Robert Scheidt, com quatro medalhas (dois ouros). Além das confederações, em 2010, a Travel Ace anunciou apoio ao piloto Pietro Fitipaldi, neto do bicampeão mundial de Fórmula-1, Emerson Fitipaldi. Na época, com apenas 14 anos, ele tinha acabado de estreiar na Fórmula Nascar, nos Estados Unidos e já despontava como uma das grandes promessas da nova geração do automobilismo brasileiro.

Saiba qual é a diferença entre seguro-viagem e assistência-viagem



Ao contratar um seguro-viagem, o turista pode enfrentar problemas durante o percurso. Há alguns cuidados, contudo: ele precisa saber escolher os locais onde quer ser atendido, requerer nota fiscal e depois pedir o reembolso à empresa de seguro-viagem contratada. Muitos clientes, porém, reclamam que há cláusulas contratuais que acabam não cobrindo inteiramente estes gastos. E isso pode gerar um impasse.

“Com a assistência-viagem da Travel Ace, o turista compra um pacote de serviços. Quando

precisar utilizá-lo, o passageiro deverá ligar para a central de atendimento que indicará o local para ser atendido e fará toda a gestão do atendimento em português, sem nenhuma despesa por parte do passageiro”, explica o diretor-executivo da empresa, Roberto Roman. Além da facilidade que os planos de assistência integral oferecem, os viajantes têm plena segurança de estarem amparados em diferentes situações, entre as quais cancelamento de viagem, extravio de bagagem, serviços de despachante, assistência jurídica, e emergências médicas e odontológicas.

Segundo Roman, “nos países onde o turismo e as viagens de negócios são mais desenvolvidos, a assistência de viagem é item obrigatório na hora de fechar o pacote. No caso do seguro-viagem, se houver uma emergência, o turista deve arcar com todos os serviços prestados – despesas com hospital, exames e medicamentos, por exemplo. Ao retornar ao país, o cliente deverá reunir e apresentar à seguradora toda a documentação por ela exigida, iniciando o processo de solicitação de reembolso.

Planos atendem às necessidades de vários públicos

Roberto Silva



Na loja da empresa em São Paulo, todos vestem a camisa da torcida da Copa do Mundo: torcida

A Travel Ace possui oito categorias diferentes de produtos para usuários de diversas situações econômicas e com idade de até 70 anos – exceto a modalidade “Estudante” que atende pessoas de 14 a 45 anos. Os serviços contemplados são os seguintes: três tipos de assistência médica: por enfermidade, por acidente e por doença pré-existente, reserva de hotel por convalescença, medicamentos em casos de assistência, assistência odontológica de urgência, morte acidental ou invalidez permanente total por acidente, atraso de bagagem (reembolso de despesas por demora na localização), extravio definitivo de bagagem em transporte aéreo e marítimo, cancelamento de viagem, limite de idade para assistência e abrangência dos serviços e seguros.

A empresa oferece os planos Best, Maximum, Value, Europa, Master, Internacional, Estudante e Nacional. No caso de assistência médica por enfermidade, a cober-

tura varia de R\$ 10 mil (Nacional) até US\$ 1 milhão (Best). Se o destino for a Europa, o cliente deve acatar as disposições do Tratado de Schengen. Trata-se de acordo assinado entre as nações da União Europeia que estabelece aos turistas, em viagem por esses países, a obrigatoriedade de apresentar o seguro de assistência em viagem com valor mínimo de 30 mil euros.

Há, ainda, os chamados “packs

plus”, ou seja, planos especiais. O primeiro deles é bastante útil, quando o turista cancela a viagem. A empresa devolve o valor da multa dos serviços contratados. Trata-se do “Cancelamento Plus”. O segundo é ideal aos praticantes de esportes – radicais ou não. Intitulado “Sports”, oferece assistência emergencial a uma infinidade de práticas esportivas. E o terceiro é voltado a um público que está viajando mais também – o das gestantes. Garante tranquilidade às futuras mães, com até 40 anos, propiciando assistência até a 34ª semana de gestação.

Na assistência
médica por
enfermidade, a
cobertura varia
de 10 mil
a 1 milhão de reais



Um dos seminários promovidos pela Travel Ace. O consultor Ed René Kivitz fala sobre qualidade de vida

DISTRIBUIÇÃO DE SEGUROS NO BRASIL

Compra segura na internet, só com corretor de seguros



Manuel Matos

Corretor de seguros, delegado representante do Sincor-SP na Fenacor e gestor da Rede ICP

Tem vantagem quem consegue enxergar primeiro uma oportunidade, antes que ela se torne óbvia. A economia digital foi vislumbrada como oportunidade pelos mais atentos desde que a internet dava os primeiros passos no país. Na mesma época, em 1994, sabendo que no futuro o comércio eletrônico seria um negócio rentável, inclusive para o seguro, foi criada a Via Internet, empresa que desenvolve soluções de tecnologia para o setor de seguros. Ao longo desse tempo foram desenvolvidos instrumentos para chegar ao comércio eletrônico seguro. O primeiro foi o portal na internet seguros.com.br, que até hoje oferece conteúdo para o mercado segurador. Outro importante foi a certificação digital, que surgiu a partir de condições criadas pelo avanço da legislação brasileira, para substituir a assinatura de próprio punho em papel.

A empresa tem hoje a desafiadora missão de consolidar a economia digital na área de seguros, por meio de Rede ICP Seguros, que reúne as corretoras de seguros que atuam também no ramo de certificação digital. Já alcançou muitos avanços, como tornar grandes entidades representativas dos corretores de seguros – Fenacor, Sincor-SP e Sincor-RJ – autoridades certificadoras.

Também trabalha na intransigente defesa dos corretores de seguros, e dos que atuam nessa área, pleiteando avanços das seguradoras no uso de assinatura digital.

Qualquer redução de custos gera interesse para pessoas e empresas e por isso a certificação digital é uma realidade sem volta, pois dá validade jurídica aos documentos eletrônicos assinados digitalmente, substituindo montanhas de papéis do setor de seguros, que antes precisam ser transmitidas via correio ou portadores.

A nova geração de consumidores quer contratar os mais variados tipos de produto de forma fácil e rápida, via internet. Não há dúvidas de que a venda de seguros pela internet deverá crescer muito. Porém, a tecnologia jamais substituirá o corretor de seguros como canal de distribuição, pois trata-se apenas de uma ferramenta para a venda.

Em 2014, continua o trabalho na construção da infraestrutura do documento eletrônico no âmbito do setor de seguros com a criação das redes de corretores. O corretor de seguros, que sempre se caracterizou pela inovação, tem a perspectiva de crescimento de sua atuação ao inovar, ao fazer a migração para o uso do documento eletrônico para bem atender a sua clientela e

conquistar novos clientes.

Dentre os serviços para viabilizar a atuação do corretor de seguros na área de certificação digital, a mais recente novidade para suporte é o lançamento do Marketplace ICP Seguros, um ambiente para comércio eletrônico de certificados digitais (e, posteriormente, de seguros) oferecido às corretoras credenciadas.

Os corretores da ICP Seguros já atuam no comércio eletrônico, pois o certificado digital é um produto vendido online. O cliente escolhe seu certificado digital no site da Autoridade Certificadora (fornecedora do produto), coloca no carrinho e paga com cartão de crédito. Por se tratar de um documento de identificação pessoal, é obrigatória a validação presencial em uma Autoridade de Registro – oportunidade de contato para o corretor de seguros.

Antes do Marketplace ICP Seguros, somente após realizar a compra no site da AC o cliente escolhia sua Autoridade de Registro para validação. O Marketplace cria ambientes de comércio eletrônico personalizados para cada AR credenciada, de forma que os corretores podem divulgar apenas o link de sua empresa. A novidade deve impulsionar ainda mais as vendas das corretoras de seguros visionárias que buscaram um novo modelo de negócios.

Seguro ambiental possui horizonte favorável em 2014

Portal Brasil 247



Vazamento de óleo no Golfo do México (2010): 11 mortes e o maior derramamento de petróleo nos EUA

Os contratos de seguros de responsabilidade civil-ambiental este ano possuem uma perspectiva de crescimento. Essa é a avaliação do diretor executivo

da AD Corretora de Seguros e especialista na área de petróleo e gás, Roberto Dalla Vecchia. Ele ressalta que a legislação ambiental brasileira é uma das mais rigorosas do mundo. E justamente por essa característica de rigor, Dalla Vecchia vislumbra o cenário com otimismo.

Ele explica que essa modalidade de seguro visa atender demandas de poluição súbita ou gradual. “A poluição súbita é aquela ligada a uma indústria, um armazém, que de repente sofre um acidente. Um exemplo é o caso daquele derramamento de açúcar queimado em Santa Helena, que escorreu até os rios

da região. Já a poluição gradual ocorre quando o tanque de um posto de gasolina, por exemplo, começa a vaziar discretamente, contaminando os lençóis freáticos”, explica o diretor da AD Corretora.

Em termos de cobertura, o especialista que, além dos danos ambientais, “o seguro inclui as custas judiciais do processo, como honorários advocatícios, e as perdas financeiras”. O seguro de RC ambiental é comercializado há quatro anos no mercado, oferece apoio para a análise, identificação e tratamento de riscos dessa natureza. O segmento industrial constitui a sua principal clientela, sobretudo o setor siderúrgico.

Clima e biodiversidade: eventos estratégicos para definir agenda

Valter Campanato/ABr



Izabella: maior esforço para confluência entre negociações sobre clima e sobre a conservação da biodiversidade

A comunidade internacional vai lidar, em 2014, com duas negociações importantes e estratégicas para definir os rumos da agenda ambiental. A 20ª Conferência das Partes da Convenção-Quadro das Nações Unidas sobre Mudança do Clima (COP-20) está prevista para ocorrer entre 1º e 12 de dezembro, em Lima, no Peru. Além da COP-20 haverá a 12ª reunião de cúpula da Convenção de Diversidade Biológica (CDB), que será sediada pela Coreia do Sul entre os dias 6 e 17 de outubro.

Vinculados à Organização das

Nações Unidas (ONU), os encontros reúnem delegações de centenas de países para firmar acordos de combate ao aquecimento global e de proteção da fauna e da flora. “Precisa haver convergência entre os temas. As duas conferências não podem ficar isoladas”, disse a ministra do Meio Ambiente, Izabella Teixeira.

Para a ministra, é necessário maior esforço para confluência entre as negociações sobre clima e sobre a conservação da biodiversidade. “Temos o time do clima e o da biodiversidade, que fazem esforços imensos, mas nunca vi uma manifestação dos dois nas convenções internacionais. Precisamos reorganizar o processo político de diálogo entre as partes, o que envolve o setor privado, os jovens, as entidades ambientalistas, as entidades sociais e os trabalhadores”, disse. (Fonte: Agência Brasil)

Ferramenta analisa maturidade do risco

Para dar respostas adequadas às práticas de gestão de risco e satisfazer os clientes, a Aon plc (empresa multinacional com sede em Londres) desenvolveu recentemente o Índice Aon de Maturidade em Riscos. Trata-se de uma ferramenta de diagnóstico, que permite aos dirigentes das áreas de riscos e finanças avaliarem as estruturas de gestão de riscos de suas organizações e receber um retorno imediato de informações e sugestões para aperfeiçoamento das capacitações.

Esse índice avalia de forma objetiva as práticas e estruturas relacionadas à governança corporativa, processos de tomada de decisões da diretoria e gestão de riscos. “Esta ferramenta aprimora pesquisas anteriores e recursos similares de natureza mais subjetiva, e também complementa normas publicadas e outras ferramentas de referência com recomendações práticas para aprimoramento”, afirmou a empresa em seu portal.

É possível reduzir o custo de tragédias com a prevenção



Inundações devastaram partes do sul e leste da Alemanha em junho passado: prejuízos consideráveis

Os números atingem sempre as alturas e não tem previsão de cair nas estatísticas. Estudo recente divulgado pela alemã Munich Re, concluiu: a prevenção reduziu o custo das catástrofes naturais em 2013, embora os danos provocados tenham chegado a US\$ 125 bilhões ou 92 bilhões de euros. Nos últimos dez anos, essas tragédias provocaram uma média de danos que bateu os US\$ 184 bilhões de dólares no

mundo. No ano passado, as companhias cobriram US\$ 31 bilhões, bem abaixo da média da última década, que foi de US\$ 56 bilhões.

No comunicado da Munich Re sobre o estudo, o diretor da companhia, Torsten Jeworrek, esclareceu: “Alguns episódios de 2013 ilustraram como os alertas e as medidas preventivas podem reduzir o impacto das catástrofes climáticas. No caso das tempestades de inver-

no mais recentes na Europa, por exemplo, os danos foram relativamente baixos”. As tragédias que causaram prejuízos econômicos consideráveis foram as inundações no sul e no leste da Alemanha em junho, segundo avaliação da Munich Re. As cheias propiciaram danos da ordem de 11,7 bilhões de euros, dos quais 2,3 bilhões de euros estavam seguros.

A catástrofe natural mais destrutiva em solo americano em 2013 foi a série de violentos tornados que sacudiu o Estado de Oklahoma, destruindo ou danificando cerca de 10 mil casas. O montante dos danos representa US\$ 5,7 bilhões. Deste montante, US\$ 1,8 bilhão estava assegurado. No total, as 880 catástrofes naturais registradas no ano anterior provocaram a morte de 20 mil pessoas, mais do que em 2012, porém abaixo da média dos últimos dez anos, que foi de 106 mil mortos, ainda segundo o relatório da Munich Re.

Treinamento em resseguro em Londres



Programa de treinamento será ministrado pelo Chartered Insurance Institute entre os dias 15 e 19 de setembro

Continuam abertas as inscrições para o Programa de Treinamento no Exterior 2014 em resseguros, organizado pela Escola Nacional de Seguros. O programa será ministrado pelo Chartered Insurance Institute (CII), entre os dias 15 e 19 de setembro, em Londres. Profissionais brasileiros interessados em participar devem enviar seus currículos até o dia 2 de abril para o e-mail parcerias@esns.org.br.

O curso é focado nos processos técnicos do resseguro,

abordando princípios e produtos e como eles interagem entre si. Atenção: o candidato deverá ter conhecimento básico prévio sobre os principais conceitos de resseguro, que serão revistos no início do treinamento para, em seguida, serem aprofundados e detalhados.

O investimento é de US\$ 5,8 mil à vista ou em cinco parcelas de US\$ 1,3 mil, totalizando US\$ 6,5 mil. Pagamento em reais poderá ser efetuado com base na cotação do dólar no dia da quitação à vista ou da primeira parcela. O valor inclui material, hospedagem e café da manhã no Novotel London Tower Bridge e visitas ao Lloyd's e à resseguradora Swiss Re.

Evento tradicional encerra o ano com chave de ouro

Seis projetos conquistaram o Prêmio Antonio Carlos de Almeida Braga

CNseg/Divulgação



Orgulhosos, profissionais laureados exibem os troféus: homenagem a quem elaborou programas de cunho social, cultural e ambiental da sociedade

Cristiane Pappi

O mercado de seguros fechou 2013 com grandes ideias e incentivos para um segmento consciente de sua importância na esfera socioambiental. Reunindo grandes profissionais do setor, a Confederação Nacional das Seguradoras (CNseg) anunciou, no final de dezembro, os vencedores da terceira edição do Prêmio Antonio Carlos de Almeida Braga de Inovação em Seguros para o Desenvolvimento Sustentável, no Hotel Copacabana Palace, no Rio de Janeiro. Ao todo, a entidade contabilizou 58 projetos inscritos. Destes, seis chegaram à final para três categorias, considerando o primeiro e segundo lugar.

Na categoria Comunicação, os projetos “Acessibilidade Digital”, de autoria de Luciflávio Gomes e Maurício Barbieri, da Bradesco Seguros, e “Terra Brasis Report”, de Rodrigo Botti, Keity Pacheco, Priscila Grossi e Rodolfo Clark, da Terra Brasis Resseguros, alcançaram o primeiro lugar. Em ‘Produtos & Serviços’, o prêmio foi para o “Projeto Correios – Acesso Mais Fácil ao Seguro

DPVAT”, de Noé Vaz, Cassiano Guimarães e Vera Cataldo, da Seguradora Líder - DPVAT. O segundo lugar ficou para o projeto “Título de Capitalização Socioambiental”, de Renato Luiz Arena dos Santos, da Bradesco Capitalização.

Já na categoria Processos, o “Programa Auto Reciclagem”, de Simoni Aguiar, Alessandra Franco e Elaine Goulart, da Bradesco Auto/RE, obteve a primeira colocação. O prêmio de segundo lugar foi para o projeto “Cuidar do Cliente – Atendimento Emergencial de Sinistros”, de José Carlos da Silva, da Zurich Seguros e Previdência.

Crescimento do mercado

Durante o evento, o presidente da entidade, Marco Antonio Rossi, revelou com entusiasmo o crescimento do mercado de seguros em 15%, valores que superam a casa dos R\$ 500 bilhões. “Isso demonstra o trabalho que vem sendo feito, cumprindo o papel de proteger os nossos segurados de maneira conjunta e eficiente pelas seguradoras”. No entanto, Rossi ressalta que os números apresentados ainda são baixos, comparado a outros países.

Nesse contexto, o presidente credi-

ta que o trabalho da CNseg, em parceria com a Susep, ANS e Fenacor, tem contribuído na construção de um segmento melhor, com canal de distribuição eficiente. Ele não poupou elogios para a atuação das entidades. Rossi também agradeceu aos presidentes e vice-presidentes das federações, e colaboradores da CNseg, que auxiliam e conduzem suas atividades de maneira muito efetiva, colaborando para um trabalho mais sólido da confederação. “Queremos que o mercado de seguros esteja mais presente na sociedade”, finalizou Rossi.

O histórico do prêmio Antonio Carlos de Almeida Braga é um exemplo claro de como o setor está atendo ao crescimento do mercado e as demandas de desenvolvimento social, cultural e ambiental da sociedade. A quantidade de cases inscritos em 2013 quase triplicou, comparada aos 20 trabalhos inscritos em 2012. A qualidade dos trabalhos foi um item elogiado pelo jurado dessa última edição, o consultor Julio Bierrenbach. Durante o evento, foi distribuído um livreto contendo o resumo de todos os projetos concorrentes, que está disponível para no portal da CNseg.

Qualidade indiscutível e alto nível dos trabalhos

Veja o resumo dos três projetos vencedores do prêmio idealizado pela CNseg



Vencedores do prêmio (ao fundo). À frente, os presidentes Paulo Marraccini (FenSeg), Marco Antonio Rossi (CNseg), Marcio Coriolano (FenaSaúde), Marco Antônio Barros (FenaCap), Osvaldo do Nascimento (FenaPrevi) e o homenageado, Antonio Carlos de Almeida Braga (de terno claro)

Da Redação

Categoria Produtos e Serviços. “Projeto Correios – Acesso Mais Fácil ao Seguro DPVAT”. Autores: Noé Vaz, Cassiano Guimarães e Vera Cataldo.

A Seguradora Líder – DPVAT criou o Projeto Correios, que facilita a vida de quem precisa recorrer ao benefício. Consolidado em 2013, o projeto permite atendimento presencial nas agências dos Correios aos beneficiários em mais de 5.500 municípios, em todo o território nacional. Além da capacitação de seus profissionais, as agências dos Correios receberam um kit de atendimento com diferentes materiais para poderem realizar o atendimento: formulários, declarações, material informativo do Seguro DPVAT e cartaz exposto nas agências.

Um panfleto para informar o beneficiário sobre o que é o seguro e folhetos de cada cobertura para instruir os cidadãos sobre o que fazer para dar entrada no seguro, com os detalhes do processo de solicitação, também foi distribuído. Mais que uma obrigação legal, o Segu-

ro de Danos Pessoais Causadas por Veículos Automotores de Via Terrestre – DPVAT é uma conquista da sociedade.

Categoria Processos. “Programa Auto Reciclagem”. Autores: Simoni Aguiar, Alessandra Franco e Elaine Goulart

Diante da oportunidade de minimizar o impacto ao meio ambiente decorrente da geração de resíduos, o Programa Auto Reciclagem foi idealizado com o objetivo de destinar corretamente as peças danificadas e sucatas de veículos envolvidos em sinistros. O programa foi concebido em 2009 pela Bradesco Auto/RE para minimizar os impactos decorrentes dos resíduos provenientes do descarte de peças dos veículos sinistrados. A estratégia consiste em mediar, sobretudo, a relação entre oficina e recicladoras, promovendo a coleta pelas recicladoras do material descartado pelas oficinas, bem como a destinação final destes resíduos. De 2009 a 2013, já foram recicladas 8.080 toneladas de material, além de 6.154 baterias.

O programa possibilita a geração de empregos com o incentivo de atividades envolvidas com a reciclagem, maior controle nas peças utilizadas no conserto de automóveis e promoção da consciência ambiental nos grupos envolvidos com a atividade. O programa contempla desde o consumidor até indústrias, incluindo oficinas e empresas recicladoras.

Categoria Comunicação. Projeto “Acessibilidade Digital Quebra Barreiras de Comunicação com os Surdos”. Autores: Luciflávio Gomes e Maurício Barbieri.

Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia (IBGE), 5,1% da população do Brasil sofre com algum tipo de deficiência auditiva. Cerca de 2,7 milhões desse universo não sabem ler em português e utilizam a Linguagem Brasileira de Sinais (Libras) como primeira língua. Com o objetivo de sanar as dúvidas e transmitir as informações necessárias ao pleno entendimento dos produtos e serviços pelas pessoas surdas, a Bradesco Seguros criou uma solução de acessibilidade digital, a Bradesco Seguros Libras. A solução viabiliza a tradução, em tempo real, do português para Libras das páginas do site da Bradesco Seguros.

Por meio de um personagem animado 3D (avatar) — desenvolvido de acordo com as recomendações dos funcionários surdos da Bradesco Seguros — o cliente acessa o conteúdo dos portais da Bradesco Seguros, da Bradesco Auto/Re, da Bradesco Saúde e da Bradesco Vida e Previdência. O usuário deve clicar no ícone para ver o assistente de tradução e, depois, no texto que deseja traduzir, a fim de que as mensagens sejam traduzidas para a linguagem dos sinais.

TROFÉU GAIVOTA DE OURO

Vem
aí

JULHO
2014



Informações:

Tel.: (11) 3884-5966

redacao@revistasegurototal.com.br

Parceria garante patrocínio ao paradesporto



Fernandes assina contrato de patrocínio: paratleta participará de ações esportivas da seguradora

Cristiane Pappi

A Seguros Unimed iniciou o ano reafirmando seu apoio ao esporte. Em 15 de janeiro, a empresa fechou um contrato de patrocínio com o campeão mundial de paracanoagem, Fernando Fernandes. O acordo foi formalizado na sede da companhia, em São Paulo, em tradicional almoço entre os colaboradores aniversariantes do mês e a diretoria. Durante o evento, Fernandes conversou com os funcionários, apresentou sua biografia e enfatizou

a importância do esporte na sua vida logo após sofrer um acidente – bateu seu carro em um poste, na Avenida República do Líbano, em São Paulo, há quatro anos. O contrato firmado por meio do Instituto Superar, tem duração de um ano e inclui a participação do paratleta em ações publicitárias, promocionais e em eventos da seguradora, como o ‘Atitude no Esporte’ – que reúne atletas paralímpicos e olímpicos com transmissão ao vivo pela TV.

O presidente da Seguros Unimed, Rafael Moliterno Neto, destaca que, em dez anos de parceria entre o Instituto Superar

e a Seguros Unimed, a empresa está reforçando a tese de que esses atletas fazem parte do paradesporto. Já o presidente do Instituto Superar, Marcos Malafaia, enfatiza que o apoio da Seguros Unimed foi essencial para trazer o paraesporte ao conhecimento dos brasileiros, nas Paralímpiadas de 2016. “Com o patrocínio, conseguimos transmitir o evento pela TV”. Além disso, a parceria da empresa com o Instituto Superar conta com o investimento na construção do Centro de Treinamento Superar, no Rio de Janeiro, que atenderá a 15 modalidades e será o primeiro da América Latina 100% adaptado aos atletas.

O superintendente de Marketing, Henrique João Dias, ressalta que o apoio ao esporte está no DNA da empresa há muito tempo. “Um evento que patrocinamos por oito anos foi o torneio infanto-juvenil de tênis Pro Run. Atualmente, estamos com as etapas de corrida de rua. São 14 corridas que acontecem ao longo do ano nas grandes capitais”. No futebol, a empresa começou patrocinando o técnico do Palmeiras em 2010, Luiz Felipe Scolari, e depois o próprio time. Desde junho de 2013, a Seleção Brasileira de Futebol possui contrato com a Seguros Unimed, com término só em julho de 2019”, comenta Dias.

ABA amplia oportunidades para adolescentes

Uma boa notícia para quem acredita em ações voltadas à ampliação das oportunidades na educação oficial. Graças à reformulação do Programa de Capacitação para Adolescentes feita pela Associação Beneficente dos Funcionários do Grupo Allianz (ABA), o número de adolescentes de escolas públicas da região atendidos pela entidade em 2013, aumentou 100%, de 30 para 60 alunos. A associação atende a

mais de 500 crianças e adolescentes da comunidade Santa Rita, no bairro de Cangaíba, zona leste de São Paulo.

“O objetivo de formar e incentivar a discussão sobre futuro e profissão foi mantido, no entanto, as oportunidades foram maximizadas com o novo formato. Com os cursos mais compactos, atendimento diário, aulas com duração de três horas conseguimos atender duas turmas”, explica a diretora de projetos so-

ciais, Rose de Oliveira. O calendário de programas culturais de 2013 foi intenso. Além de museus da capital paulista, os jovens assistiram ao concerto *Pedro e o Lobo*, da temporada do Mozarteum, no espetáculo da companhia americana de dança Alvin Ailey American Dance Theater, fizeram viagens à Expoflora, em Holambra (SP) e à Fazenda Massaranduba, com direito a intenso contato com flora e fauna.



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.



www.yasuda.com.br



Conheça também a outra empresa do Grupo Sompo Japan.

Intercâmbio vital de informações



Comissões discutiram principais temas de 2013 e listaram assuntos da agenda de 2014

Executivos de seguradoras e diretores das federações e da CNseg participaram, no mês passado, da segunda edição do encontro “Balanço das Comissões Temáticas da CNseg” no Rio de Janeiro. O objetivo do evento, segundo a diretora-executiva da entidade, Solange Beatriz Palheiro Mendes, foi o de avaliar os principais assuntos discutidos pelas 14 comissões temáticas durante 2013, listar os assuntos da agenda de 2014 e proporcionar o intercâmbio de informações.

O primeiro bloco do encontro foi dedicado a exposições de representantes das comissões temáticas coordenadas pela Superintendência de Regulação da CNseg, num total de sete. Em seguida,

houve a apresentação da Comissão de Assuntos Jurídicos (CAJ) e, na sequência, da Comissão Permanente de Assuntos Governamentais (CPAG). Ambas demonstraram como algumas legislações, no âmbito do Congresso, ou regulamentos a cargo dos órgãos de supervisão podem beneficiar ou atrapalhar a trajetória de crescimento do mercado.

Já as cinco comissões coordenadas pela Superintendência de Relações com o Mercado (Surem) fizeram o balanço do ano no quarto e último bloco do encontro. A este grupo pertencem cinco comissões: Microseguros e Seguros Populares, Relações de Consumo, Ouvidoria, Sustentabilidade e Recursos Humanos.

MBA's capacitam para gestão de riscos

Com o objetivo de qualificar profissionais para atuação em diversos níveis de gestão de riscos, a Escola Nacional de Seguros está oferecendo cursos de MBA em três capitais brasileiras. O primeiro, de Gerência de Riscos, será ministrado no Rio de Janeiro. O segundo MBA – Executivo em Seguros e Resseguro – tem como endereços Belo Horizonte (MG), Goiânia (GO) e também no Rio de Janeiro.

O primeiro curso visa capacitar profissionais para entender o ambiente, identificar e analisar riscos e criar estratégias para eliminá-los, minimizá-los ou transferi-los. O segundo prepara o profissional ao exercício de funções nos seguros e resseguros, com conteúdo sobre a realidade do mercado, das empresas brasileiras e dos novos atores que estão sendo admitidos. Os cursos terão início no primeiro semestre de 2014 e duração aproximada de um ano e meio. Outras informações no site www.esns.org.br.

APTS confraterniza com a imprensa

Em dezembro, o presidente da Associação Paulista dos Técnicos de Seguro (APTS), Luis López Vásquez, reuniu os jornalistas que cobrem o setor para um almoço de confraternização em São Paulo. Na ocasião, Vásquez agradeceu a presença de todos, enaltecendo o trabalho

da imprensa que sempre divulgou os eventos realizados pela entidade e “desenvolve um papel importante ao mostrar aos leitores a cultura do seguro e o funcionamento do mercado”. Vásquez esteve acompanhado dos diretores Carlos An-



Vásquez (sentado, de terno azul) enalteceu o papel da imprensa em almoço, acompanhado de diretores da entidade

tonio Barros de Moura (secretário) e José Pedreira de Freitas (tesoureiro).



Acesse e
saiba mais.

Cartão de Crédito Porto Seguro.

Quanto mais o seu cliente usa no dia a dia,
mais desconto ele tem no seguro do carro.



CASO DESIGN COMUNICAÇÃO

Um cartão de crédito que não economiza nas vantagens.

- 5% de desconto na contratação e renovação do Porto Seguro Auto;
- Usando o cartão, o desconto aumenta e o seguro pode até sair de graça*;
- A franquia também pode cair pela metade*;
- Serviços nos Centros Automotivos Porto Seguro pagos em até 10 vezes sem juros;
- 1ª anuidade grátis e, com o uso do cartão, ela reduz ou zera automaticamente;
- E, claro, o seu cliente pode resgatar os pontos em milhas aéreas também.



Consulte seu Gerente Comercial | www.cartaoportoseguro.com.br



*Este desconto soma-se aos 25% que o segurado já tem no Porto Seguro Auto utilizando as oficinas referenciadas, e não implica o resgate de pontos no Programa de Relacionamento. Informações reduzidas. Solicitação do cartão sujeita à análise de crédito. Consulte Condições Gerais no site www.cartaoportoseguro.com.br. Portoseg S.A. Crédito, Financiamento e Investimento - CNPJ: 04.862.600/0001-10. Central de Atendimento: (11) 3366-3466 (Grande São Paulo) | 4004-5300 (demais localidades) | 0800 727 2769 (SAC - cancelamento e reclamações) | 0800 701 5582 (atendimento exclusivo para deficientes auditivos) | 0800 727 1184 (Ouvidoria), de segunda a sexta-feira, das 8h15 às 18h30, exceto feriados. Automóvel - CNPJ: 61.198.164/0001-60 - Processo SUSEP: 15414.100233/2004-59 - Valor de Mercado e Valor Determinado. O registro deste plano na SUSEP não implica, por parte da Autoridade, incentivo ou recomendação à sua comercialização.



**Adriano Filadoro é diretor de tecnologia da Online Data Cloud e atua há 20 anos na indústria de TI*

Pane no sistema: o que fazer para não perder tudo?

**Adriano Filadoro*

Empresas do mundo todo têm se preocupado, cada vez mais, em elaborar um plano efetivo para recuperação de desastres – inclusive as brasileiras. Apesar de não sermos fortemente impactados por furacões e terremotos, como em outros países, nossas empresas não estão livres de perder tudo em incêndios, enchentes, e, principalmente, ataques virtuais de origem externa ou interna, causando pane no sistema. Em face desse risco, não é raro saber de empresas que tiveram seus negócios paralisados por vários dias justamente porque não tinham um plano de contingência.

Podendo perder tempo, dinheiro e credibilidade devido a períodos de interrupção dos negócios, muitas empresas têm recorrido a serviços estratégicos de continuidade. Principalmente aquelas que têm grande parte do negócio baseada na web e dependem de um serviço disponível no sistema 24x7x365. Adotar programas de gestão de continuidade e de recuperação em nível global passa a

ser questão de vida ou morte para esse tipo de empresa.

Um dos recursos mais importantes como parte da estratégia de recuperação de desastres são os serviços em nuvem. Ao invés de se apoiar num software local, os recursos disponíveis no computador contam com respaldo de um programa instalado em algum lugar na internet, num servidor por sua vez instalado em um data center gerenciado por especialistas em tecnologia.

Serviços em nuvem, ou cloud computing, são um modelo de negócio em que o cliente tem acesso a uma variedade de serviços, aplicações e soluções garantidos pelo provedor. A estratégia é permitir que se tenha acesso aos dados da empresa de forma remota. Essa possibilidade vem se fazendo presente cada dia mais e certamente está revolucionando não só os negócios, mas o próprio ambiente de trabalho. Uma das principais qualidades da configuração em nuvem é permitir upgrades de maneira rápida, fácil e sem interrupções. Além disso, o comprometimento de determinada infra-

estrutura não chega a afetar o conjunto, já que é possível passar a acessar os dados recorrendo a outra plataforma.

A recuperação de desastres baseada em cloud permite às empresas baixar custos operacionais em contratos mais flexíveis. Com isso, mais e mais empresas que antes não conseguiam fazer grandes investimentos na prevenção desse tipo de problema agora se sentem encorajadas a tomar uma atitude preventiva bem mais assertiva.

A replicação do banco de dados também merece destaque, já que se trata de uma cópia eletrônica de dados de um local para outro, permitindo que todos os usuários compartilhem o mesmo nível de informação. Um sistema de banco de dados distribuído, por exemplo, garante que alterações, adições e exclusões envolvendo dados em qualquer local sejam automaticamente replicadas em todos os outros locais, permitindo que cada usuário tenha acesso a dados consistentes.

Além dessa importante vantagem, o serviço permite analisar o ambiente do cliente e definir, de acordo com a metodologia de melhores práticas, uma solução de arquitetura robusta, confiável, performática, escalável e de alta disponibilidade, a fim de adequar as necessidades de negócios do cliente da melhor forma possível. Com isso, o que poderia levar dias para ser recuperado pode ser feito em questão de horas nos casos mais críticos.

ty Seguros

Liberty Seguros

Lib



Promoção segura meu lugar

CORRETOR



Residência



Vida e AP



Pequenas e
Médias
Empresas

CONCORRA A INGRESSOS E PRÊMIOS INCRÍVEIS.

Vendendo os produtos Liberty Seguros participantes, você, corretor, pode faturar ingressos para a Copa do Mundo da FIFA 2014™, além de prêmios exclusivos. **Participe.**



FIFA WORLD CUP
Brasil



Liberty
Seguros™

SAIBA MAIS NO LIBERTY WEB EM:
WWW.LIBERTYSEGUROS.COM.BR/CORRETORES

SEGURADORA OFICIAL DA COPA DO MUNDO DA FIFA 2014™

Objetivo é de dobrar de tamanho até 2016

Stefanini anunciou investimentos de R\$ 400 milhões para atingir ambiciosa meta



Stefanini: Brasil é alvo de investimento, com projetos de melhoria de eficiência operacional

Da Redação

Reorganização e aumento de eficiência operacional. O grupo Stefanini utilizou essas duas importantes variáveis para mostrar aos jornalistas como foi o ano de 2013 para a organização em uma coletiva de imprensa em dezembro. Considerado como um dos mais importantes provedores globais de soluções para o mercado de tecnologia, o grupo anunciou os seus números: com previsão de crescimento de 11% em 2013, a Stefanini deverá investir R\$ 400 milhões para dobrar de tamanho até o final de 2016. A Orbital, que atua no processamento de cartões, é uma de suas empresas que exhibe recursos sofisticados de tecnologia em atendimento às demandas de mercado.

Em 2013, a Stefanini calcula uma receita de cerca de R\$ 2,11 bilhões. Segundo o CEO do grupo, Marco Stefanini, desde 2008, foram feitos grandes investimentos em aquisições. Ele reforçou o quadro

favorável desenhado em 2013, com ganho de fôlego focado na meta ambiciosa de dobrar de tamanho nos próximos três anos. “Definimos uma nova estrutura para acomodar o novo ciclo de crescimento. Trabalharemos para ser uma empresa de R\$ 4 bilhões em 2016”, assinalou.

Ainda segundo Stefanini, a partir de 2015, o crescimento será mais acelerado. Contudo, a estratégia para este ano será mais modesta. O objetivo é a reorganização da empresa. Quanto às aquisições, como parte estratégica do crescimento, o alvo são os Estados Unidos. A Ásia também está nos planos do grupo. Reconhecida como a terceira empresa nacional mais internacionalizada, segundo ranking da Fundação Dom Cabral, a Stefanini marca presença em 30 países.

De acordo com a Stefanini, o Brasil é centro de investimento, com projetos de melhorias de eficiência operacional e a abertura de duas novas empresas em áreas estratégicas. Como retaguarda técnica, os seus

quatro mecanismos tecnológicos são imprescindíveis para levar aos clientes soluções as suas necessidades. As tecnologias social *tools*, mobilidade, *analytics/big data* e *cloud computing* viabilizarão esse atendimento. “Estamos atentos às tendências tecnológicas globais e mostramos aos clientes no Brasil como elas podem ser aplicadas para que eles atinjam seus objetivos de negócios”, afirma a CEO da Stefanini Brasil, Monica Herrero. A oferta da Stefanini está estruturada nas vertentes social, mobilidade, *analytics* e *cloud computing*.

A Orbital, que atua no processamento de cartões, é uma de suas empresas que exhibe recursos sofisticados de tecnologia

“A informação social, incorporada às ferramentas e processos existentes na empresa, acelera a produtividade e engajamento em seus diversos canais e públicos”, comenta Monica. Quanto à mobilidade, o grupo oferece ações diferenciadas que atendam diversos mercados e diferentes níveis de maturidade. Em termos de *analytics* – e como apoio aos seus mais de 600 clientes, a Stefanini dispõe de uma estrutura de serviços e soluções para aprimorar, extrair e prover informações estratégicas às empresas. No campo de *cloud*, as plataformas tecnológicas suportam quaisquer aplicações de negócios. “Expertise, flexibili-



Monica: informação social acelera produtividade e engajamento em seus diversos canais

dade e adequação ao modelo de negócio do cliente são a receita que seguimos usando para conquistar clientes no Brasil”, diz Monica.

Parque tecnológico

Com mais de 40 anos na prestação de serviços, a Orbitall deverá investir R\$ 150 milhões nos próximos cinco anos para a renovação e melhoria do parque tecnológico. Esse investimento inclui a contratação de um novo data center e o update de toda a plataforma de processamento, ambos previstos para o primeiro semestre de 2014.

Segundo a empresa, parte do aporte também será usada para continuidade na renovação e compra de equipamentos Avaya para a central de atendimento.

Nos planos da Orbitall está uma oferta de serviços com alta disponibilidade e segurança, capaz de processar altos volumes, além de disponibilizar novos serviços. A nova plataforma permite que a empresa preste os mesmos serviços de cobrança em outros segmentos e não apenas em cartões de crédito, estando preparada para as novas tendências e desafios do setor.

Gestão de riscos exige cuidados fundamentais

Essencial numa realidade em que a tecnologia é a base de praticamente todos os processos de negócios, a gestão de riscos em TI lida constantemente com o desafio de equilibrar investimentos, recursos e segurança, em uma atuação que deve englobar desde a infraestrutura, com redes e servidores, até os sistemas mais específicos, que variam conforme o tipo de atividade e possuem diferentes níveis de complexidade.

Para ser bem sucedida, a gestão de riscos deve considerar a empresa e todas as suas atividades de forma integrada, se manter atualizada com um mercado que vive uma evolução

rápida e constante, e manter acordos de níveis de serviço. E mais: adotar as melhores práticas, para proporcionar uma infraestrutura de TI segura e conseguir monitorar as vulnerabilidades, ameaças, métricas e indicadores.

Os benefícios da gestão de riscos para as organizações são inquestionáveis. Desde uma infraestrutura mais segura, que permite o aumento da produtividade e a diminuição do downtime, até a identificação prévia e antecipação a ameaças e vulnerabilidades, além de redução de custos e da melhoria na tomada de decisões, as vantagens da GR são altamente competitivas e estratégicas para a organização.

Contudo, existem duas armadilhas às quais a equipe de Gestão de Riscos deve ficar atenta. Primeira - solução-padrão de gestão de riscos: assim como as organizações são diferentes e possuem necessidades diferentes, dentro de cada empresa as linhas de atividades também possuem características e níveis de riscos próprios, que devem ser considerados no planejamento da Gestão de Riscos. Segunda - priorizar o que a empresa quer e o que ela realmente precisa: para uma GR eficaz é fundamental alinhar os planos de segurança não apenas com o que é tendência ou mais usual no mercado, e sim com os objetivos da empresa.

Rádio Imprensa FM 102,5

A Grande Jornada pelo
Mundo dos Seguros

Às segundas-feiras, das 7 às 8 horas

Apresentação: Pedro Barbato Filho



Octacampeão em marketing socioambiental

Bradesco Capitalização ganha importante prêmio por sua contribuição ao setor

Da Redação

Ao longo do ano passado, a empresa angariou distinções graças às boas ideias que norteiam o seu espírito. Um exemplo claro disso é a conquista, pela oitava vez, do Prêmio Marketing Best. Na edição de 2013, a Bradesco Capitalização venceu com o case “Inovação no Marketing de Títulos Socioambientais”. Em rápida entrevista à Seguro Total, o presidente da companhia, Norton Glabes Labes, enumerou todos os cases vencedores e reconhece a importância de uma homenagem como essa. “O prêmio é um importante reconhecimento à dedicação e comprometimento de colaboradores. E também é motivo de orgulho e grande satisfação para todos da empresa”, ressaltou Norton.

Revista Seguro Total – Em quantas ocasiões a Bradesco Capitalização conquistou o Marketing Best?

Norton Glabes Labes – Oito vezes. Nos anos de 1999, 2000, 2001, 2005, 2006, 2007, 2012 e 2013.

ST – Quais foram o cases de sucesso nesse período?

Norton – Sim. Inovação no marketing de títulos gera crescimento de vendas da linha socioambiental (2013); Estratégia cria nicho para produtos inovadores e faz público interagir (2012);

Títulos de capitalização inovadores, de perfil socioambiental, alavancam negócios da Bradesco Capitalização (2007); Bradesco Capitalização solidifica sua participação e cresce em receitas de prêmios (2006); Bradesco Capitalização consolida sua posição no mercado nacional de títulos de capitalização (2005); Pé Quente Premium. O título de capitalização que já nasceu campeão (2001); Pé Quente Super 100 (2000) e Pé Quente Réveillon (1999).

ST – É verdade que este ano a Bradesco Capitalização levou mais profissionais para o Marketing Best? Quantos participaram?

Norton – Sem dúvida alguma. Tanto em 2012 e 2013 convidamos toda a nossa área técnica e operacional. No total, contabilizamos 39 pessoas participantes.

ST – A Bradesco participa assiduamente do evento e conquistou um número expressivo de prêmios. A que o senhor atribui esse resultado?

Norton - O prêmio é um importante reconhecimento à dedicação e comprometimento de colaboradores. E também é motivo de orgulho e grande satisfação



Norton recebe troféu: público ‘redescobriu’ os títulos de capitalização

para todos da empresa. Por isso, façam questão da presença da equipe.

ST – Faça um breve comentário sobre o case vencedor.

Norton - A viabilização comercial da linha de títulos socioambientais se tornou possível graças à vinculação de cada novo título ao apoio a projetos geridos por instituições de prestígio e qualificação reconhecidas nacionalmente. A estratégia definida foi de que cada título socioambiental comercializado no país tivesse parte da receita arrecada destinada à instituição correspondente ao título. Isso tornou cada adquirente desses títulos um coparticipante do projeto socioambiental, nas áreas de meio ambiente, educação e saúde. O impacto no mercado foi tão grande que o público ‘redescobriu’ o interesse por títulos de capitalização.

Mais interativo e dinâmico

Destaques

Fonte: Folha de São Paulo

Justiça suspende liminar e determina que obra de Jo_

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

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

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

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

Últimas Notícias

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

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

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

Gratuito
Não precisa
cadastro e senha

Com a Reforma, Susep poderá ter novo comandante Dyogo de Oliveira (Ministério da Fazenda) é favorito ao cargo



Santana e Dyogo: o primeiro poderá sair; o segundo ocupará a Susep

Carlos Alberto Pacheco

Em manifestações esporádicas na imprensa, o titular da Superintendência de Seguros Privados (Susep), Luciano Santana, revelou que pode deixar o comando da autarquia e assumir um cargo no âmbito da reforma administrativa a ser capitaneada pela presidente Dilma Rousseff. Especula-se que Santana assumiria uma das vice-presidências do Banco do Brasil sob uma chancela política ligada ao PTB, partida que integra a bancada da oposição. “Como servidor de carreira, fico à disposição para colaborar da melhor maneira possível com o governo”, teria declarado o superintendente ao Broadcast, serviço em tempo real da Agência Estado.

Em dois anos e meio de mandato, Luciano Santana tem recebido críticas de determinados setores da área de seguros por adotar uma postura excessivamente “regulatória” e também por agregar em sua órbita funcionários de baixa qualificação. Tais manifestações foram desferidas pelo advogado Sérgio Barroso de Mello ao ser entrevistado pela revista *Consultor Jurídico*. Em seguida, Santana rebateu as críticas em carta enviada ao portal, ao ponderar que o órgão contribui para o crescimento

do mercado de seguros e suas ações regulatórias favorecem o seu desenvolvimento.

Debates à parte, falase nos bastidores sobre o provável substituto de Santana, o secretário-executivo adjunto do Ministério da Fazenda, Dyogo de Oliveira, que já estaria afivelando as

malas para trocar Brasília pelo Rio de Janeiro. Embora o governo não confirme o seu nome, Dyogo tem se pronunciado sobre questões ligadas ao seguro com certa assiduidade. Ele já foi visto em alguns eventos do setor, sobretudo o 18º Congresso Brasileiro dos Corretores de Seguros, realizado em outubro último, no Rio de Janeiro, além de ter participado em encontros com lideranças do mercado.

O nome do secretário-executivo torna-se evidente na sucessão de Santana em face de sua trajetória na esfera pública. Dyogo é mestre em Ciências Econômicas pela Universidade de Brasília (UnB) e especialista em Políticas Públicas e Gestão Governamental pela Escola Nacional da Administração Pública (Enap) e em Comércio Exterior, Negociações Internacionais e Câmbio pela Fundação Getúlio Vargas (FGV). É servidor público desde 1998. Desde 2011, exerce o cargo atual.

Legado

Luciano Santana pode deixar o principal cargo da Susep, sem antes transmitir um dos seus principais legados – ou talvez o principal deles, o da superação das metas da fiscalização. O ano de 2013 foi emblemático para o órgão. Segundo dados da Diretoria de

Fiscalização da superintendência, o relatório de operações realizadas no ano passado foi bastante positivo. Durante o período, a autarquia empreendeu 226 ações de fiscalização, ultrapassando a meta anual de 216. No total, receberam a visita da Susep, 122 seguradoras, 29 empresas de capitalização, 15 companhias de previdência complementar aberta, 13 resseguradoras, 12 sociedades corretoras, 24 em sociedades em regime especial, nove em estipulantes e duas no mercado marginal.

Santana regozija-se pelo fato desses números terem crescido desde 2011, quando foram realizadas 192 ações. Ao assumir o órgão, o superintendente teria detectado empresas que estavam sem fiscalização há mais de dez anos e outras que nunca haviam recebido a visita dos fiscais. O titular da Susep destaca, também, o mérito da transparência da autarquia, que publica em seu site o plano de fiscalização, com o cronograma das empresas que serão fiscalizadas durante o período.

De qualquer forma, a possibilidade de sucessão de Santana é real e deve mesmo acontecer. Se ela ocorrer no bojo da reforma ministerial, essa transição talvez ocorra no final de janeiro ou em fevereiro. Ministros e interlocutores da presidente, porém, evitam falar sobre datas, reiterando que essa decisão é exclusiva de Dilma. A rigor, duas situações já estão bem delineadas: o ministro da Educação, Aloizio Mercadante, será o substituto da ministra da Casa Civil, Gleisi Hoffmann, que deixará o cargo para candidatar-se ao governo do Paraná, e o ministro da Saúde, Alexandre Padilha, que se prepara para enfrentar a oposição da disputa pelo Palácio dos Bandeirantes. Quanto ao Ministério da Fazenda...

História da Fenaseg caminha com o avanço do mercado

Livro do cinquentenário resgata os fatos mais marcantes do setor

IRB Brasil RE



Em janeiro de 1957, JK fez uma visita ao IRB, criado em abril de 1939

Carlos Alberto Pacheco

Ao completar o seu Jubileu de Ouro, em junho de 2001, a Federação Nacional de Seguros Privados e Capitalização (Fenaseg) tomou uma importante decisão. O presidente João Elisio Ferraz de Campos, encomendou ao jornalista e escritor mineiro Paulo Amador uma árdua, porém saborosa missão: escrever um livro sobre os 50 anos de trajetória da entidade. Amador não só aceitou a missão, como lançou um desafio a si mesmo: preparar a obra em curtíssimo espaço de tempo. Em seu íntimo, ele sabia que era possível realizar a tarefa – o que para outros escritores poderia ser uma sandice.

Desde o início das pesquisas até a entrega dos originais na gráfica, o jornalista precisou de apenas três meses, um tempo recorde, se levarmos em consideração que, para concretizar tal façanha, seriam necessários meses de pesquisas, checagem de dados, consulta de grande leva de documentos, além da edição do material propriamente dito. Pois Amador concluiu a obra *Do Retrato de Vargas à Carta de Brasília – 50 Anos de Fenaseg* em inacreditáveis 90 dias. Mas, o tempo exíguo não o impediu fazer um relato saboroso das atividades dos presidentes da federação em meio a tempos difíceis

e das turbulências da economia e política brasileira.

Amador, jornalista consagrado em grandes jornais e emissoras de TV, utilizou seu fôlego narrativo que adquiriu em obras literárias já produzidas. Com discurso realista, ele narra todo o esforço corporativo da Fenaseg no sentido de promover o avanço do seguro no País –

até então vivendo uma fase rudimentar – e suas contribuições no desenvolvimento econômico e numa melhor distribuição das riquezas. O mercado de seguros, capitalização e previdência complementar nem sempre foi compreendido em toda a sua plenitude pelo governo, que, invariavelmente, adotava medidas de cunho estatizante. Talvez esse fosse o principal fantasma a aterrorizar a vida dos presidentes da federação que enxergavam na atividade seguradora a mola propulsora da atividade econômica.

A partir daquela tarde de 25 de junho de 1951, quando um grupo de delegados de sindicatos de empresas de seguros reunidos no Edifício das Seguradoras, no centro do Rio de Janeiro, funda a Federação Nacional das Empresas de Seguros Privados e Capitalização, começa uma verdadeira epopeia na consolidação de um setor visto com certa desconfiança pela sociedade. O quadro não melhorou no início do segundo mandato de Getúlio Vargas. Populista e centralizador, logo Vargas demonstrou seu viés intervencionista: esvaziar o espaço ocupado pelas seguradoras estrangeiras.

Nesse cenário, o Instituto de Resseguros do Brasil (IRB), que surgiu por um decreto-lei em 1939, assume uma postura monopolista ao contratar resseguros das empresas atuantes no Brasil e reduzir

a necessidade de comprar garantias no mercado internacional de seguros. Desde então, os protagonistas dessa história – os 14 presidentes da entidade – precisaram utilizar de muita criatividade para amortecer o ímpeto centralizador da União, além do excesso de regulamentação que parecia trazer de volta o século 19.

Amador descreve com brilhantismo os “momentos de ouro” vividos pelo mercado no governo de Juscelino Kubitschek e sua proposta de tirar o País do marasmo econômico, com medidas de cunho desenvolvimentista. No Regime Militar, a entidade inicia um duro diálogo com os generais. Amador mostrou como se deu essa relação, pontuada pela resistência do Executivo que não abria mão dos excessos regulatórios e o controle sobre o seguro de acidentes de trabalho. Até a edição da “Carta de Brasília”, em 1992, a luta da Fenaseg era no combate dos três ‘erres’: desregulação, desestatização e desburocratização. Essa luta continuou ainda por algum tempo.

Com o advento do Plano Real, os anos 90 foram prósperos para a atividade. Em 1998, o IRB foi transformado em sociedade anônima e passou a chamar-se IRB-Brasil Resseguros, o setor de saúde suplementar finalmente foi regulamentado, com a Lei 9.656/98. O crescimento expressivo dos prêmios e das reservas pavimentou o caminho para os anos 2000. Em 2008 surge a Confederação Nacional das Empresas de Seguros Gerais, Previdência Privada e Vida, Saúde Suplementar e Capitalização (CNseg). O relato bem concatenado por Amador sugere ao leitor esses novos tempos – afinal os seguros representam 3,4% do PIB brasileiro. E, graças ao empenho dos presidentes da Fenaseg, o mercado brasileiro saiu do mundo “invisível” para tornar-se gerador de renda e riqueza.

Brasil Assistência completa equipe comercial com três executivos



Em pé, da esquerda para a direita, os gerentes de Novos Negócios: Marcelo Amaral (financeiro), Angel De La Riva (affinity e varejo) e Marcelo Kussama (auto). Sentados (equipe que já estava na Brasil Assistência): Marcos Rogério Souza (gerente de Novos Negócios Turismo), André Luis Cuque (superintendente de Novos Negócios) e Fátima Moala (gerente Novos Negócios Seguros).

A Brasil Assistência, unidade do Grupo Mapfre no Brasil e responsável pelos serviços de assistência e gestão

de riscos especiais, recebe o reforço dos executivos Angel De La Riva, Marcelo Amaral e Marcelo Kussama no seu time comercial. Sob o comando do superintendente de Novos Negócios Corporativos, André Cuque, a nova equipe atuará com foco no desenvolvimento de negócios B2B nos mercados de affinity, financeiro e auto, respectivamente. O trio junta-se à Fátima Moala, responsável pelo setor de seguros, e Marcos Rogério de Souza, responsável pela área de turismo.

Novo superintendente da MetLife



O executivo João Levandowski é o novo superintendente da MetLife. Graduado em Marketing pela Instituto de Ensino Su-

perior de Joinville (Iesville) e pós-graduado em gestão comercial pela Fundação Getúlio Vargas (FGV), Levandowski possui mais de 12 anos de experiência na área de seguros. O executivo trabalha na MetLife há dez anos e exerceu os cargos de executivo de contas e gerente regional. Na empresa, o executivo se reportará diretamente para Renata Ferraz, diretora comercial de Employee Benefits.

Alert Brasil: administrador coordenará áreas comercial, operações, TI e RH



A diretoria executiva da Alert Brasil, companhia especializada em BPO (*business process outsourcing*) e *contact center*, com operações em Campinas (SP) e Porto Alegre (RS), passa a ser dirigida por Rogério Domingos.

Seu desafio será o de dar continuidade aos resultados obtidos durante o período em que ocupou o cargo de gerente-geral de Recursos Humanos. As áreas comercial, de operações, TI, planejamento, recursos humanos, administração de pessoal, treinamento e desenvolvimento, comunicação e marketing passam a ser coordenadas pelo executivo. Domingos é administrador com especialização pela Fundação Getúlio Vargas (FGV) e atua na empresa desde 2012.

SulAmérica apresenta nova diretora jurídica



A advogada Leila Gregório é a nova diretora jurídica da SulAmérica Seguros. Graduada em Direito pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro e com MBA em Direito Empresarial pela FGV, Leila tem mais de dez anos de experiência em processos, legislação e regulamentação. Atuou em grandes empresas de telecomunicações e do setor energético. A executiva está na SulAmérica há um ano.

Cescebrasil nomeia diretor comercial



O Grupo Cesce, empresa espanhola especializada em soluções para gestão dos riscos de crédito e seguro garantia, nomeou, em 1º de dezembro, o espanhol Rafael Garcia Sanz para a função de diretor comercial da Cescebrasil. A contratação visa potencializar a estratégia e a atividade comercial do grupo no País, ampliando ainda mais o seu posicionamento. Formado em Economia, o executivo atuou como gerente do Grupo Cesce na região de Valencia, Alicante e Castellón no leste da Espanha, onde desenvolveu, desde 1999, extensa carreira comercial.

Aplub e Capemisa apoiam a “Pelada do Bola”



Fechando 2013, a Capemisa e a Aplub marcaram presença no litoral gaúcho, apoiando a “Pelada do Bola”, promovida pela Rádio

Contador volta ao País após ser comentarista

Uma boa aventura, Após 25 dias de viagem com as despesas pagas pela Allianz Seguros e passagem pelas cabines de transmissão de estádios no Brasil, África do Sul, Austrália, Tailândia e Espanha, o contador Diego Tadeu Luscri, vencedor do concurso cultural Football World Trip, voltou ao País. Na bagagem, além de presentes, muitas histórias sobre a fantástica experiência de ter assistido jogos de futebol em diferentes pontos do planeta.

<http://migre.me/hpRp4>



Atlântida. Jogadores e ex-jogadores da dupla Grenal (Grêmio e Inter), além de jornalistas e patrocinadores do evento, participaram de jogos na areia da praia. Os Grupos Capemisa-Aplub foram representados em campo pelo diretor Luiz Osório Silveira e pelo superintendente Daniel Arena.

<http://migre.me/hnnS8>

Previsul lança novo guia de produtos



Com 29 páginas e informações sobre todos os produtos, o novo guia da Previsul, desenvolvido pela Agência Equador Propaganda, apresenta aos corretores um material mais compacto e completo. Com a descrição de cada item em linguagem simplificada, o portfólio deve ser utilizado como apoio e subsídio de vendas. Focado na praticidade, o guia é leve, durável e com divisões em abas coloridas que facilitam a localização dos produtos de maneira rápida.

<http://migre.me/hpRkm>

Prêmios diretos somaram R\$ 130,6 bi até novembro

Os prêmios diretos gerados pelo mercado segurador alcançaram R\$ 130,6 bilhões no acumulado dos 11 primeiros meses de 2013. A expansão foi de 12,4% no comparativo com igual período de 2012. Os dados foram disponibilizados no site da Superintendência de Seguros Privados (Susep).

Pesquisa do Sincor-SP destaca Tokio Marine



Em levantamento feito pelo Sincor-SP entre de novembro e dezembro de 2013, que considerou a satisfação de 1.957 profissionais do Estado em relação às principais companhias do setor, a Tokio Marine Seguradora obteve resultados acima da média do mercado em todos os quesitos pesquisados.

<http://migre.me/hnp5y>

Houve também avanço na sinistralidade e nas despesas de administração das companhias, previdência e capitalização. No acumulado até novembro, os sinistros somaram R\$ 30,7 bilhões.

<http://migre.me/hnpxr>



NÃO QUEREMOS QUE NADA
SAIA QUEBRADO: NEM VOCE
NEM SUA FAMILIA.
FAÇA UM MAPFRE VIDA.

O MAPFRE Vida Você Multiflex é feito por pessoas que cuidam de pessoas.
Por isso, ele oferece as melhores coberturas e serviços para você e sua família:

- Possibilidade de contratação de cobertura que garante o pagamento do seguro em caso de diagnóstico de doenças graves*;
- Desconto por perfil (5% a 10% sobre o valor da cobertura de morte);
- Desconto em medicamentos;
- Sorteio mensal de R\$ 20 mil (bruto de IR);
- E muito mais.

Peça já sua proposta.
Corretor MAPFRE é mais seguro.

 **MAPFRE**
Pessoas que cuidam de pessoas.

www.mapfre.com.br

*Doenças graves previstas na cobertura: câncer, infarto, acidente cerebrovascular, cirurgia coronariana, insuficiência renal e transplante de órgãos, SAC - Serviço de Atendimento ao Consumidor: 24h, 0800 884 8844, Deficiente Auditivo ou de Fala: 0800 775 5045, Ovidoria: 0800 775 1079, Ovidoria para deficientes auditivos ou de fala: 0800 962 7373. Horário de atendimento: das 8h às 18h, de 2ª a 6ª feira, exceto feriados. A aceitação do seguro estará sujeita à análise do risco. Este seguro será por prazo determinado, estando a seguradora facultada a não renovar a apólice na data de vencimento, sem devolução de prêmios pagos nos termos da apólice. O segurado poderá consultar a situação cadastral de seu corretor de seguros no site www.susep.gov.br pelo seu número de registro na SUSEP nome completo, CNPJ ou CPF. Processo SUSEP nº 15414.004036/2008-33, 15414.004011/2008-30 e 15414.004162/2009-79 - Vida, Seguradora S.A. - CNPJ: 02.238.239/0001-20 (empresa do Grupo MAPFRE). O registro deste plano na SUSEP não implica, por parte da Autoridade, incentivo ou recomendação à sua comercialização. Os serviços de assistência são prestados pela Brasil Assistência S.A. - CNPJ: 68.181.221/0001-47 e em conformidade com o Manual de Assistência, não sendo admitido qualquer tipo de reembolso por serviço executado por terceiros. O benefício de Desconto em Medicamentos é prestado pela Orizon - www.orizon.com.br. Títulos de Capitalização emitidos pela MAPFRE Capitalização S.A. - CNPJ: 09.382.998/0001-00 - Processo SUSEP nº 15414.000959/2008-16.

FUTEBOL OU NOVELA? A GENTE NÃO PERDE UM CAPÍTULO, NÉ, MEU AMOR?



A decisão de ser feliz é nossa.

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 com uma missão ainda maior: cuidar do futuro de milhares de famílias, crianças e jovens assistidos pela CAPEMISA SOCIAL. Isso faz a diferença. **Decida pela FELICIDADE. Decida pela CAPEMISA.**

Entre em contato com o seu Corretor de Seguros.



www.capemisa.com.br