

revista

INSURANCE CORP

ano II - edição 9 - outubro/novembro 2016 - R\$ 25,00

www.insurancecorp.com.br

GEBRAM CORRETORA:

UMA HISTÓRIA DE CONQUISTAS

A HISTORY OF ACHIEVEMENTS



AXA

FOR|RESULTS

Conquistar negócios exige
atendimento ágil e flexível.

VISITAR
PROSPECTAR
CALCULAR
COTAR
NEGOCIAR
CONTRATAR

**Soluções
inovadoras
que geram valor**

Com a AXA, você simplifica processos
e otimiza seu tempo ao atender clientes.

A inovação é parte da AXA no Brasil e no mundo.

Utilize a **E-Solutions** para realizar a venda de produtos PME e atenda seus clientes com agilidade e praticidade. Com a nova plataforma da AXA para o corretor, que conta com suporte por WhatsApp e diversas facilidades exclusivas, você economiza tempo em tarefas diárias e pode gerar ainda mais negócios.

Acesse axa.com.br e seja um corretor cadastrado.

MENSAGEM AO MERCADO

MESSAGE TO THE MARKET

A CRIATIVIDADE VENCE A CRISE

Em sua nona edição, **Insurance Corp** marcou presença na XVII edição do Congresso de Corretores de Seguros (Conec), considerado o maior evento de seu gênero no mundo. A revista foca o seu olhar no futuro ao cobrir as palestras que mostraram o admirável mundo novo à disposição dos profissionais (oportunidades de crescer na profissão, os meios de empreender com sucesso e os mecanismos tecnológicos fundamentais na concretização da venda) e conversar com corretores e altos dirigentes das companhias.

Durante o Conec ficou evidenciado pela exposição dos palestrantes e no depoimento dos *players* a necessidade premente do corretor ser criativo no atendimento aos clientes. Evidentemente que a indústria de seguros deve contribuir para melhorar cada vez mais essa interlocução, pois aquele que compra proteção exige, como contrapartida, o esclarecimento adequado das características dos produtos, a abordagem franca e inteligente, além de boas doses de persuasão.

O Conec também mostrou o cenário econômico do país e de que maneira o setor aproveita a “crise” para crescer. É óbvio que dificuldades ainda existem e os obstáculos precisam ser superados com extrema dedicação. O ato de proteger a vida, a família e o patrimônio foram questões amplamente debatidas no congresso. A criatividade vence a crise – esse é o recado que subliminarmente ficou para os quase 6 mil participantes.

Em sua matéria de capa, **IC** mostra ao leitor a trajetória da Gebram Corretora de Seguros, sediada em Jundiaí, no interior paulista. Fundada em 1936 por Salim M. Gebram, numa época em que o mercado segurador era pouco explorado no Brasil, a “Organização Salim Gebram”, como era até então chamada, foi pioneira no ramo em Jundiaí e região. Explorando várias modalidades de seguros, a Gebram e suas oito unidades, possuem, segundo seus dirigentes, uma das melhores estruturas técnicas do interior de São Paulo e do Brasil.

Além disso, **Insurance Corp** traz a sua tradicional cobertura de eventos de destaque no setor – o XI Fórum da Longevidade Bradesco Seguros, o 2º Estudo Mulheres no Mercado de Seguros no Brasil e o 1º Seminário Nacional de Educação em Seguros – e demais matérias que abordam este universo. Boa leitura a todos!

A equipe **Insurance Corp** deseja a todos os parceiros e apoiadores Boas Festas e um excelente 2017!

André Pena
Publisher

CREATIVITY BEATS THE CRISIS

In its ninth edition, **Insurance Corp** was present at the XVIIth Congress of Insurance Brokers (Conec), considered the biggest event of its kind in the world. The magazine focuses in the future by covering lectures that show the brave new world available to professionals (opportunities to grow in the profession, the means to undertake successfully and the fundamental technological mechanisms in sales) and to talk to brokers and senior leaders of companies.

During Conec, the speakers' exposition and in the players' testimony showed the need for the broker to be creative in customer service. Of course, the insurance industry must contribute to the improvement of this interlocution, since who buys protection requires, as a counterpart, the adequate clarification of the characteristics of the products, the frank and intelligent approach, and good doses of persuasion. Conec also showed the country's economic scenario, and how the sector takes advantage of “crisis” to grow. It is obvious that difficulties still exist, and obstacles must be surpassed with extreme dedication. The act of protecting life, family, and property were widely debated at the congress. Creativity overcomes the crisis - this is the message that subliminally remained for the nearly 6,000 participants.

In the cover story, **IC** shows the reader the trajectory of Gebram Corretora de Seguros, headquartered in Jundiaí, inland of São Paulo. Founded in 1936 by Salim M. Gebram, at a time when the insurance market was narrowly explored in Brazil, the Salim Gebram Organization, as it was called, was a pioneer in Jundiaí and region. Exploring various types of insurance, Gebram and its eight units, has, according to its leaders, one of the best technical structures in the interior of São Paulo and Brazil.

In addition, **Insurance Corp** brings its traditional coverage of outstanding events in the sector - the Eleventh Forum of Longevity Bradesco Seguros, the 2nd Study Women in the Insurance Market in Brazil and the 1st National Seminar on Insurance Education - and other matters that address this universe. Good reading to all!

The **Insurance Corp** team wishes all partners and supporters Happy Holidays and a great 2017!

André Pena
Publisher

- 6** **Cenário / Scenario**
Aida presta homenagem e Sompo lança planos de saúde
Aida honors and Sompo releases health plans
- 8** **Longevidade / Longevity**
Bradesco Seguros realizou XI Fórum da Longevidade em SP
Bradesco Seguros XI Longevity Forum in SP
- 12** **Logística / Logistics**
Indústria de transporte enfrenta riscos bilionários
Transportation industry faces billionaire risks
- 14** **Simpósio / Symposium**
Cist realiza quarta edição de seu tradicional encontro anual
Cist releases its 4th edition of traditional event
- 16** **Congresso / Congress**
Conec 2016: Notável exemplo de força da categoria
Conec 2016: Notorious example of the category's power
- 24** **Capa / Cover**
Trajetória vitoriosa da Gebram Corretora de Seguros
Gebram's winning trajectory
- 31** **Entidade / Entity**
Passado histórico do CCS-SP honra a categoria
CCS-SP historical past honors brokers
- 32** **Seminário / Seminary**
CNseg promoveu 1º Seminário Nacional de Educação em Seguros
CNseg promoted 1st National Insurance Education Seminar
- 34** **Joint venture**
Expansão garantida
Guaranteed expansion
- 36** **Estudo / Study**
ENS divulga estudo sobre atuação das mulheres no mercado
ENS releases study about women's actiong in the market
- 38** **Em Tempo / On time**
Noticiário do setor
Sector's news

CORREÇÃO

Na edição nº 7, página 31, o nome de um dos membros da equipe comercial da Alfa Real saiu incorreto. Considerar Josiane Santos e não como está publicado.

Edition nº 7, page 31, Alfa Real's commercial team member name was incorrect. Consider Josiane Santos.

**Missão:**

Atender às necessidades dos gestores que atuam em gerenciamento de riscos de forma completa e objetiva.

Visão:

Ter o reconhecimento como referência no mercado de seguros e resseguro pelo conteúdo apresentado, voltado aos profissionais do setor.

Ano II – Edição 9 – outubro/novembro 2016

Publisher: André Pena
andre.pena@insurancecorp.com.br

Diretor de Marketing: Enrique Pena
enrique.pena@insurancecorp.com.br

Reportagem: Sueli dos Santos e Valéria Vilela

Jornalista Responsável:
Valéria Vilela
Registro MTB 26.308/114/02 - SP
redacao@insurancecorp.com.br

Edição: Carlos Pacheco

Tradução: Enrique Pena

Publicidade: Danielle Tallo
danielle@insurancecorp.com.br

Diagramação e Arte final: Marco Antonio Betti
marcoantonibetti@gmail.com

Conselho Editorial:
Acacio Rosa de Queiroz Filho, Angélica Lucía Carlini,
Carlos Alberto Protasio, Jabor Descio Sobrinho,
Marcos Lúcio de Moura e Souza, Mauro Cesar Batista,
Paulo dos Santos, Paulo Cesar Pereira Reis e
Renato Campos Martins Filho.

Tiragem: 5 mil exemplares

Circulação: nacional e internacional

Periodicidade: bimestral

INSURANCE CORP – Marca Requerida/INPI

Publicação de

**ALL
TIME**

ALLTIME Comercial e Serviços Ltda. EPP
Rua José Maria Lisboa, 118 A
Jardim Paulista – São Paulo – SP
CEP: 01423-000
Telefone: (11) 3884-0905
E-mail: falecom@alltimepress.com

O conteúdo desta edição não representa necessariamente a opinião do veículo.

COM A NOSSA PARCERIA,
UMA DAS MAIORES
SEGURADORAS DO JAPÃO
VAI SE TORNAR UMA
DAS MAIORES DO BRASIL.



NEG-GAMA

VOCÊ
SEMPRE
BEM.

A SOMPO Seguros chegou ao Brasil. E já começa sua trajetória no País contando com os mais de 70 anos de experiência da Yasuda Marítima. A SOMPO traz o comprometimento japonês para o nosso mercado, porque ele é um detalhe que faz a diferença na nossa relação de confiança com você, corretor. Queremos que a sua história de sucesso com a Yasuda Marítima seja só o começo de uma nova história chamada SOMPO.



In memoriam

UMA JUSTA HOMENAGEM para quem fez muito pelo seguro nacional. No dia 26 de outubro, a Aida Brasil (Associação Internacional de Direito de Seguro) inaugurou a sua sala de reunião concebida em memória do ex-presidente da CNseg e da Bradesco Seguros, Marco Antônio Rossi, que faleceu em novembro de 2015. “Quando a Aida oferece essa possibilidade de homenagear Marco Antônio Rossi, mostra a importância de uma liderança que o mercado respeita. Rossi era um intelectual do seguro, pois ele conhecia a sua importância social e o que o próprio seguro poderia fazer para melhorar a vida das pessoas. Todos nós, amigos de mercado de Rossi, ficamos extremamente orgulhosos e satisfeitos com essa homenagem” afirmou o presidente do Banco Bradesco, Luiz Carlos Trabuco Cappi.



DIVULGAÇÃO/APTS

In memoriam

A FAIR TRIBUTE to those who did much for the national insurance. On October 26, Aida Brasil (International Association of Insurance Law) inaugurated its meeting room designed in memory of former President of CNseg and Bradesco Seguros, Marco Antônio Rossi, who died in November 2015. “When Aida still offers this possibility to pay homage to Marco Antônio Rossi, shows the importance of a leadership that the market respects. Rossi was an insurance intellectual because he knew the social importance, and what insurance itself could do to improve people’s lives. All of us, Rossi’s market friends, were extremely proud and satisfied with this honor”, said Banco Bradesco president, Luiz Carlos Trabuco Cappi.

Saúde de qualidade

A SOMPO SAÚDE Seguros criou um novo conceito no mercado de Seguro Saúde e lançou produtos que visam atender as empresas, que buscam fornecer benefícios de qualidade no atendimento médico hospitalar para seus colaboradores e respectivos dependentes. A Somo Saúde idealizou planos de Seguro Saúde Empresarial – Acesso, Clássico, Estilo e Supremo – em modalidades que contemplam o segmento empresarial, a partir de duas vidas. “Nossa proposta é a criação de um novo paradigma no serviço de atenção à saúde. Buscamos propiciar ao paciente o acesso à melhor solução em saúde e, ao mesmo tempo, permitir a empresa uma maior previsibilidade na gestão dos custos deste benefício”, explicou o diretor da Somo Saúde Seguros, Valter Hime.

Quality Health

SOMPO SAÚDE SEGUROS has created a new concept in the Health Insurance market and has launched products aimed at serving companies that seek to provide quality benefits in hospital medical care for their employees and their dependents. Somo Saúde created plans for Business Health Insurance - Access, Classic, Style and Supreme - in modalities that contemplate the business segment, from two lives. “Our proposal is the creation of a new paradigm in the healthcare service. We seek to provide the patient with access to the best health solution and, at the same time, allow the company a greater predictability in the management of the costs of this benefit”, explained Somo Saúde Seguros director, Valter Hime.

A Avaliação Patrimonial é a GARANTIA de um SEGURO bem feito.



Os procedimentos mais modernos de Gerenciamento de Riscos indicam a correta Avaliação dos bens como um dos fatores mais importantes para a contratação dos seguros. Independentemente da forma com o seguro é contratado, conhecer o valor correto dos bens, permite ao segurado definir com segurança qual o valor que pode ser adotado como franquia e também optar com tranquilidade sobre qual tipo de apólice comprar.

Nada mais problemático do que descobrir no momento de um sinistro que a importância segurada não cobria o valor dos bens e que a Seguradora somente irá indenizar parte dos bens perdidos.

A Avaliação Patrimonial elimina ainda o risco de se pagar prêmios em excesso devido a contratação de seguro com valores superestimados dos bens.

39 anos de atuação no mercado nacional e da América do Sul. Mais de 80 anos de atuação no mercado mundial.

Australia, Belgium, Brazil, Dutch Caribbean, France, India, Italy, Mexico, Mozambique, The Netherlands, New Zealand, Portugal, Singapore, Spain, Sweden, Thailand, UK, U.S.A.

Evite riscos desnecessários, faça a Avaliação dos seus bens.

Associada ao TROOSTWIJK GROEP Europa, USA, Asia, Austrália e África. ASSET VALUATION SERVICES, INC - USA

Rua Jesuíno Arruda,769- andares - CEP 04532-082 - Itaim Bibi
São Paulo - SP - Brasil - Fone (11) 3079-6944 - Fax (11) 3079-1409
info@engeval.com.br - www.engeval.com.br - www.arcaudis.com



ENGEVAL[®]
ENGENHARIA DE AVALIAÇÕES

Tecnologia a serviço da vida saudável após os 60

Technology servicing healthy life after 60

No País, o processo de envelhecimento é o terceiro mais rápido do mundo, atrás apenas da China e Tailândia

In Brazil, the aging process is the third fastest in the world, behind only China and Thailand



DIVULGAÇÃO

Fórum de longevidade trouxe a público o desafio de envelhecer com qualidade
Longevity Forum brought to light the challenge of quality aging

COM O TEMA “Expandindo as Fronteiras da Longevidade”, a Bradesco Seguros realizou, em São Paulo, o XI Fórum da Longevidade Bradesco Seguros. O evento reuniu especialistas nacionais e internacionais para debater a longevidade e seu impacto nos diferentes segmentos da sociedade, tendo a tecnologia como uma das principais ferramentas para a conquista de um envelhecimento com qualidade.

Há um fato inquestionável: o processo de envelhecimento da população do País é o terceiro mais rápido

WITH THE THEME “Expanding the Frontiers of Longevity”, Bradesco Seguros held in São Paulo, the XI Forum of Longevity Bradesco Seguros. The event brought together national and international experts to discuss the longevity and its impact on different segments of society, with technology as a major tool for achieving an aging quality.

There is an unquestionable fact: the aging process of the country’s population is the third fastest in the world, behind only China and Thailand. According

do mundo, atrás apenas da China e da Tailândia. Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), até 2060, 26,7% da população será de idosos, passando dos atuais 24 milhões de pessoas para 73 milhões. No mundo, serão 2 bilhões de pessoas acima dos 60 anos de idade.

A abertura do evento ficou a cargo do diretor-presidente da Bradesco Seguros, Randal Zanetti, que destacou o papel do grupo segurador como agente ativo no debate da questão da longevidade. “Esse tema está no centro do nosso negócio, tanto pelo compromisso em promover a qualidade no curso da vida, quanto nas iniciativas que buscam apoiar uma sociedade mais amigável e favorável a todos”, afirmou. Ao longo dessas 11 edições de Fórum, ele observou que a expectativa de vida do brasileiro já avançou três anos. “No 21º Fórum, poderá ter aumentado mais cinco ou seis anos. É um avanço em escala exponencial. Precisamos alinhar a sociedade a essa realidade.”

Nesse sentido, o médico e consultor em longevidade Alexandre Kalache, que dirigiu por 13 anos o Programa Global de Envelhecimento e Saúde da Organização Mundial de Saúde, ressaltou a relevância de se potencializar o capital intelectual dos mais velhos. O médico faz uma analogia entre a vida e uma pista de corrida. Chegar à velhice, diz, é como correr uma maratona (o que é bem diferente de enfrentar uma corrida de curta ou média distância).

“Para enfrentar uma corrida de longa distância, como uma maratona, é preciso se preparar, traçar estratégias. A mesma coisa para a longevidade: estratégias e preparação constantes são necessárias para se chegar bem à velhice”, afirmou Kalache. Para bem envelhecer, o especialista destaca os quatro principais capitais necessários: saúde, conhecimento, social e financeiro, bases para uma postura “resiliente”, ou seja, capaz de superar barreiras e desafios.

Segundo o IBGE, até 2060, 26,7% da população será de idosos, passando dos atuais 24 milhões de pessoas para 73 milhões

According to IBGE, by 2060, 26.7% of population will be elderly, passing of today's 24 million people to 73 million

Tom Kamber, PhD em Ciência Política pela University College New York (UCNY), professor de Empreendedorismo Social e Filantropia na Columbia University e fundador e CEO do Older Adults Technology Services (OATS), defendeu mais ações de capacitação de idosos em tecnologia da informação. A OATS já ofereceu cur-



Kalache: estratégias e preparação constantes são necessárias para se chegar bem à velhice

Kalache: strategies and constant preparation are necessary to reach well into old age

to the Brazilian Institute of Geography and Statistics (IBGE), by 2060, 26.7% of the population will be elderly, from the current 24 million to 73 million. In the world, will be 2 billion people over 60 years old.

At the opening event, Bradesco Seguros CEO, Randal Zanetti, who highlighted the role of the insurance group as an active agent in the debate the issue of longevity. “This theme is at the heart of our business, both by the commitment to promote quality in the course of life, as in initiatives that seek to support a more friendly and supportive society at all”, he said. Throughout these 11 editions of the Forum, he noted that the Brazilian’s life expectancy has advanced three years. “In the 21st Forum, you may increase five or six years. It is a breakthrough in exponential scale. We need to align the company to this reality”.

In this sense, the doctor and consultant in longevity Alexandre Kalache, who directed for 13 years the Global Program on Aging and Health of the World Health Organization, stressed the importance of enhancing the intellectual capital of the elders. The doctor makes an analogy between life and a racetrack. Reach old age, he says, it is like running a marathon (which is quite different to face a short-run or medium distance).

“To face a long distance race as a marathon, you need to prepare, strategize. Same thing for longevity: strategies and constant preparation are necessary to reach well into old age”, said Kalache. For aging well, the expert highlights the four main necessary elements: health, knowledge, social and financial basis for a “resilient” posture, ie able to overcome barriers and challenges.

Tom Kamber, PhD in Political Science from University College of New York (UCNY), Professor of Social Entrepreneurship and Philanthropy at Columbia University and founder and CEO of Older Adults Technology Services (OATS), advocated more training activities for seniors in information technology. The OATS has offered courses to more than 8,000

so a mais de 8 mil pessoas, em 80 cidades, por meio de dois centros próprios ou em parceria com entidades de apoio a idosos. “O segredo é oferecer ambientes acolhedores e cursos com bons conteúdos”, recomendou, lembrando a experiência com uma das alunas do OATS, que hoje dá aulas avançadas para outros idosos que desejam empreender na área de e-commerce.

Para o consultor Luís Rasquilha, o mundo vive a transição para a quinta geração industrial, na qual obter o diferencial nos negócios significa ser capaz de gerar inovações de forma rápida. E essa capacidade independe da idade, afirmou ele na palestra “Tendências globais em um mundo longo”. Nem o conceito de tempo é o mesmo dos nossos ancestrais.

Já o físico Luiz Alberto Oliveira, doutor em Cosmologia e Pesquisador do Centro Brasileiro de Pesquisas Físicas (CBPF/MCT), abordou as diferentes concepções do tempo através da história. Desde os ciclos arcaicos, determinados pela natureza, passando pela revolução do relógio mecânico, que deu autonomia à organização social, até as pesquisas recentes com outras formas de temporalidade, em que o infinito pode caber em um instante.

Jovens nos fóruns

Na visão do diretor-geral da Organização de Vendas da Bradesco Seguros, Marco Antônio Gonçalves, pessoas com menos de 25 anos deveriam participar mais ativamente de debates que abordem questões como a vida saudável e o mundo longo, por exemplo. “É necessário que os jovens comecem a participar de fóruns da longevidade. É preciso também convidá-los a integrarem discussões sobre o envelhecimento”, ressaltou Gonçalves.

Participaram, também, do evento o doutor em Psicologia Experimental pela Universidade de São Paulo (USP) e bacharel em Neurociência Esportiva, Emílio Takase; as jornalistas Cora Rónai e Mara Luquet; Hortência e Nuno Cobra, respectivamente, ícones do basquete e do treinamento de alta performance e David Sinclair, pesquisador, consultor e especialista em políticas públicas para o envelhecimento e mudanças demográficas, e diretor do Centro de Longevidade Internacional do Reino Unido (ILC-UK).

Premiação

Realizado desde 2006, o Fórum da Longevidade faz parte de um conjunto de ações desenvolvidas pelo Grupo Bradesco Seguros com o intuito de difundir a importância de aliar proteção e planejamento financeiro a um futuro com qualidade de vida e bem-estar. As iniciativas incluem os Prêmios Longevidade Bradesco Seguros; o Circuito da Longevidade - conjunto de provas de corrida e caminhada realizadas em diversas cidades do Brasil desde 2007, e que já reuniu mais de 380 mil participantes; e o programa Porteiro Amigo do Idoso, que já capacitou mais de dois mil profissionais, em São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais e Espírito Santo.

people in 80 cities, through two centers themselves or in partnership with supporting the elderly entities. “The secret is to provide welcoming environments and courses with good content”, recommended, remembering the experience with one of the OATS students, now gives advanced classes to other seniors who wish to engage in e-commerce.

For consultant Luis Rasquilha, the world is the transition to the fifth industrial generation in which to achieve the difference in business means being able to quickly generate innovations. This ability is independent of age, he said in the lecture “Global trends in a long-lived world”. Neither the concept of time is the same as our ancestors.

The physicist Luiz Alberto Oliveira, PhD in Cosmology and Researcher at the Brazilian Center for Physics Research (CBPF/MCT), addressed the different conceptions of time through history. Since the archaic cycles, determined by nature, through the revolution of the mechanical clock, which gave autonomy to the social organization, to recent research with other forms of temporality, in which the infinite can fit in an instant.

Young people on the forums

In view of the general director of the Bradesco Seguros Sales Organization, Marco Antonio Gonçalves, people under 25 years should participate more actively in discussions that address issues such as healthy life and longevity world, for example. “It is necessary that young people begin to participate in the forums longevity. One should also invite them to integrate discussions on aging”, said Gonçalves.

Also participating in the event, PhD in Experimental Psychology from the University of São Paulo (USP) and Bachelor of Science in Neuroscience Sports, Emilio Takase; journalists Cora Rónai and Mara Luquet; Hortensia and Nuno Cobra, respectively basketball icons and high-performance training and David Sinclair, a researcher, consultant and expert in public policy for aging and demographic changes, and director of the International Longevity Centre UK (ILC-UK).

Awards

Held since 2006, the Longevity Forum is part of a set of actions developed by the Bradesco Seguros Group in order to spread the importance of combining protection and financial planning a future with quality of life and well-being. Initiatives include the Bradesco Seguros Longevity Awards; Circuit Longevity - set of running events and walk held in several cities in Brazil since 2007, and has already attracted more than 380,000 participants; and Porter Friend of the Elderly program, which has trained more than two thousand professionals in São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais and Espírito Santo.

O MERCADO BUSCA QUEM ESTÁ NO LUGAR CERTO.

A **Escola Nacional de Seguros** é o lugar certo para você se desenvolver e fazer parte de um mercado em constante expansão.

Desenvolva sua carreira na instituição de ensino mais importante do país na área de seguros.

MBA



GESTÃO DE SEGUROS E RESSEGURO

GESTÃO JURÍDICA DO SEGURO E RESSEGURO

GESTÃO DE RISCOS E SEGUROS



EM BREVE

Curso disponível também em EaD.

ACESSE

funenseg.org.br/mbas



Dúvidas e informações: 0800 025 3322
posgraduacao@funenseg.org.br



ESCOLA NACIONAL de SEGUROS



Indústria de transporte enfrenta riscos bilionários

Transportation industry faces billionaire risks



Paulo Alves e sua equipe: profissionais altamente qualificados e atualizados
Paulo Alves and his team: highly qualified and updated professionals

O SETOR DE transportes e armazenagem representa mais de 5% do Produto Interno Bruto (PIB) nacional. Os desafios que este setor enfrenta, no entanto, são compatíveis com sua importância. A violência, por exemplo, deixou um saldo de R\$ 1,12 bilhão de prejuízo apenas em 2015, segundo estudo da Associação Nacional do Transporte de Cargas e Logística. Já as perdas relacionadas com despesas médicas e de afastamento de pessoal, retirada temporária de circulação de veículo e seu conserto, bem com os danos às mercado-

THE TRANSPORTATION AND storage sector represents more than 5% of the national Gross Domestic Product (GDP). The challenges this sector faces, however, are consistent with its importance. Violence, for example, left a balance of R\$ 1.12 billion in loss only in 2015, according to a study by the National Association of Freight and Logistics. The losses related to medical expenses and removal of personnel, temporary withdrawal of vehicle traffic and their repair, as well as damage to goods trans-

rias transportadas, decorrentes de acidentes de trânsito, superaram os R\$ 21 bilhões em 2012. Quando um acidente deflagra um problema ambiental, as consequências podem evoluir em escala geométrica.

Para quem exporta, além de roubos, furtos e acidentes, há o desafio de estar em conformidade com normas e regras que podem ser bem diferentes das que vigoram no Brasil. A necessidade das empresas protegerem seu patrimônio representado pelo bem transportado é real e urgente. A maneira mais inteligente para isso é a contratação do seguro de transportes de carga. Não é por acaso que, em 2016, este setor tem crescido em prêmios emitidos ao redor de 9% segundo os dados da Superintendência de Seguros Privados (Susep). E, com o crescimento, veio a segmentação e oferta de produtos diferenciados.

Estrutura de engenharia

A XL Catlin busca oferecer um escopo de produtos e serviços para seguros de transportes de carga com cláusulas e coberturas que atendem a cada necessidade específica, como, por exemplo, soluções de coberturas para empresas brasileiras e que possuem operações no exterior, desenvolvidas por profissionais altamente qualificados e atualizados. “Contamos, ainda, com uma exclusiva estrutura de engenharia de riscos que, através do conhecimento ‘in loco’ da exposição de riscos, desenvolve planos personalizados de mitigação e controle de perdas”, ressalta Paulo Robson Alves, head of Marine da XL Catlin para o Brasil.

Alves continua: “Nossos clientes e corretores têm comunicação clara e contínua com nossa equipe de sinistros, que trabalha em estreita colaboração com nossos subscritores e engenheiros de risco, um requisito indispensável no momento da contratação de um seguro”.

Para quem exporta, além de roubos, furtos e acidentes, há o desafio de estar em conformidade com normas e regras que podem ser bem diferentes das que vigoram no Brasil

For those who export, besides robberies, thefts and accidents, there is the challenge of being in compliance with rules that can be very different from those in force in Brazil



Para o head of Marine da XL Catlin, clientes e corretores têm comunicação clara e contínua com equipe de sinistros, que trabalha em colaboração com subscritores e engenheiros de risco

For XL Catlin's Marine head, clients and brokers have clear and continuous communication with claims team, working in collaboration with underwriters and risk engineers

ported due to traffic accidents, exceeded R\$ 21 billion in 2012. When an accident triggers an environmental problem, the consequences can evolve on a geometric scale.

For those who export, besides robberies, thefts and accidents, there is the challenge of being in compliance with norms and rules that may be very different from those in force in Brazil. The need for companies to protect their assets represented by the goods transported is real and urgent. The most intelligent way to do this is to hold cargo transportation insurance policy. Not by chance, in 2016, this sector has grown in premiums issued around 9% according to data from the Superintendency of Private Insurance (Susep). Such growth, brought segmentation and differentiated products offered.

Engineering structure

XL Catlin seeks to offer a range of cargo transportation insurance products and services with clauses and coverages that meet each specific needs, such as coverage solutions for Brazilian companies and operations abroad, developed by highly qualified professionals Qualified and up to date. “We also have an exclusive engineering risk structure that, through the on-the-spot knowledge of the risk exposition, develops customized mitigation and loss control plans”, says Paulo Robson Alves, XL Catlin's head of Marine for Brazil.

Alves continues: “Our clients and brokers have clear and continuous communication with our claims team, working closely with our underwriters and risk engineers, an indispensable requirement when hiring insurance”.

Prioridade na agenda de executivos

Executive's agenda priority

O CLUBE INTERNACIONAL de Seguros de Transportes (Cist) realiza a quarta edição de seu tradicional encontro anual, o Simpósio ExpoCIST, que apresenta o tema “O cenário dos seguros de transportes no Brasil”. Criado em 2012, a entidade promove mensalmente diversas palestras, eventos e cursos para este específico ramo de seguros. Neste simpósio está concentrada toda a cadeia logística de profissionais envolvidos nos seguros transportes de cargas.

O 4º Simpósio ExpoCIST acontece das 8h30 às 22h, no hotel Tivoli Mofarrej São Paulo, reunindo os associados – corretores, seguradores, resseguradores e prestadores de serviço– e empresas que buscam contato com esse especializado público. Segundo José Geraldo da Silva, presidente do Cist, a participação de respeitados profissionais reflete a confiança adquirida pela entidade no mercado de seguros de transporte. “Com uma atuação séria focada em conteúdo, em pouco tempo o Cist conquistou o mercado e hoje seus eventos ganham prioridade nas agendas dos executivos de seguros de transportes”.

Na cerimônia de boas-vindas, acompanham o presidente do Clube, líderes de importantes entidades representativas do setor. Apresentarão dados sobre o cenário dos seguros de transportes no Brasil, Alexandre Camillo, presidente do Sincor-SP; Osmar Bertacini, presidente da APTS (Associação Paulista dos Técnicos de Seguro); Leonardo Umana, secretário-geral da Alsum (Associação Latino americana de Subscritores Marítimos) e Daniel Beck, presidente da Iaati – Latino America (Associação Internacional de Investigadores de Roubo de Automóveis). O 4º ExpoCIST é constituído por painéis técnicos de grande interesse do público.

As considerações finais sobre os painéis do simpósio ficarão a cargo de Salvatore Lombardi Jr., vice-presidente do Cist e diretor de transportes da Argo Seguros, seguido do encerramento apresentado pelo presidente da entidade, José Geraldo da Silva. A mediação e coordenação do evento é responsabilidade do advogado e jornalista J.B. Oliveira. Às 19 horas será servido coquetel de encerramento e a abertura da ExpoCIST, feira comercial que conta com estandes trazendo novidades sobre produtos e serviços, além de possibilitar um intenso networking entre os profissionais do setor.

THE INTERNATIONAL TRANSPORT Insurance Club (Cist) holds the fourth edition of its traditional annual meeting, the CISTExpo Symposium, which presents the theme “Scenario of transportation insurance in Brazil”. Created in 2012, the entity promotes monthly several lectures, events and courses for this specific branch of insurance. This symposium concentrates the entire logistics chain of professionals involved in cargo transportation insurance.

The 4th ExpoCIST Symposium will take place from 8:30 a.m. to 10:00 p.m., at the Tivoli Mofarrej São Paulo Hotel, bringing together the associates, brokers, insurers, reinsurers and service providers; and companies that seek contact with this specialized public. According to José Geraldo da Silva, Cist's president, the participation of respected professionals reflects the trust acquired by the entity in the transportation insurance market. “With a serious focus on content, in a short time, Cist has captured the market and today its events take priority on the agendas of transportation insurance executives”.

At the welcome ceremony, the Club's president joins leaders of important representatives in the sector. They will present data on the scenario of transport insurance in Brazil, Alexandre Camillo, president of Sincor-SP; Osmar Bertacini, president of APTS (Paulista Association of Insurance Technicians); Leonardo Umana, Secretary General of Alsum (Latin American Association of Maritime Subscribers) and Daniel Beck, President of Iaati - Latino America (International Association of Automobile Theft Investigators). The 4th ExpoCIST offers technical panels of great public interest.

The final considerations on the panels of the symposium will be in charge of Salvatore Lombardi Jr., vice president of Cist and director of transport of Argo Seguros, followed by the closing presented by the president of the entity, José Geraldo da Silva.

Mediation and coordination of the event is the responsibility of the lawyer and journalist J.B. Oliveira. At 7 pm a closing cocktail will be served and the ExpoCIST, a trade fair that has booths bringing news about products and services, and enables an intense networking among professionals in the industry.



O que é Habilidade Técnica Superior?

É atingir os padrões mais exigentes.

É o toque humano que combina arte e ciência para criar algo único.

Temos a tendência em associar habilidade técnica superior a coisas físicas: vinhos finos, carros clássicos, móveis personalizados e estruturas diferenciadas.

Mas, e sobre a subscrição de seguros sob medida para proteger suas coisas únicas e valiosas?

E o serviço por trás daquela cobertura quando você mais precisa - como sinistros e prevenção de perdas?

Seu negócio.

Seus funcionários.

Sua casa.

As pessoas que você ama.

Coisas que precisam de uma proteção especial e de serviços.

Do tipo que a Chubb oferece.

Não apenas coberturas. Habilidade Técnica Superior.

Na Chubb você não estará apenas segurado.

Chubb. Insured.SM

new.chubb.com

CHUBB®

Exemplo de força da categoria

Example of category strengthening

Por/by Valéria Vilela*



Cerimônia de abertura reúne grandes lideranças do setor: prestígio de um evento considerado o maior do mundo
 Opening ceremony brings together great leaders of the sector: prestige of an event considered the largest in the world

A CADA DOIS anos percebe-se a magnitude de um evento que surpreende a cada edição. Desta vez, o XVII Congresso dos Corretores de Seguros (Conec), organizado pelo Sindicato dos Corretores de Seguros no Estado de São Paulo (Sincor-SP) ratificou a importância do profissional neste importante segmento da economia brasileira, com o tema “Aprender, Empreender e Ser – Corretor: o caminho seguro da distribuição”. O evento cumpre fielmente o seu principal objetivo: proporcionar aos corretores acesso à qualificação e ampliação da rede de relacionamentos. O Congresso reuniu cerca de 6 mil pessoas, de 6 a 8 de outubro em São Paulo.

EVERY TWO YEARS we notice the magnitude of an event that surprises in every new edition. This time, the 17th Congress of Insurance Brokers (Conec), organized by the Insurance Brokers Union of the State of São Paulo (Sincor-SP), ratified the importance of professionals in this important segment in the Brazilian economy, with the theme “Learning, Entrepreneur and Become - Broker: the secure path of distribution “. The event faithfully fulfills its main objective: to provide brokers access to the qualification and expansion of the network of relationships. The Congress gathered around 6 thousand people, from 6 to 8 October in São Paulo.

Em seu discurso de abertura, o presidente do Sincor-SP, Alexandre Camillo, exaltou a força da categoria. “Aqui temos a melhor e a maior demonstração da pujança dos corretores de seguros. Em plena retração econômica, o setor continua crescendo”. O presidente da Federação Nacional dos Corretores de Seguros (Fenacor), Armando Vergilio, defendeu a união de todos os segmentos do mercado em torno de interesses comuns, visando ao crescimento do setor e, sobretudo, a defesa dos consumidores.

Vergílio ponderou que o mercado tem crescido, mas não evoluído. “Está em nossas mãos o poder de construir uma agenda positiva, protegendo os sonhos das pessoas adequadamente. Juntos, somos uma só força”.

Colocando a Superintendência de Seguros Privados (Susep) à disposição do setor, o titular Joaquim Mendanha reforçou a importância de eventos como o Conec para qualificar cada vez mais o mercado, item também destacado por Robert Bittar, presidente da Escola Nacional de Seguros. “Estamos em um ano de desafios, de reafirmar valores éticos e morais da sociedade, como também de oportunidades de reconstruir, evoluir”, salientou Bittar.

A solenidade de abertura reuniu as presenças dos presidentes Marcio Coriolano (CNseg), Mauro César Batista (Sindseg-SP) e Calisto Cardoso de Brito (Sindicato dos Securitários de São Paulo), além da segunda vice-presidente do Sincor-SP, Simone Martins, e o secretário estadual de Educação de São Paulo, José Renato Nalini, representando o governador do Estado, Geraldo Alckmin.

Corretor e o cenário econômico

A retomada da economia e os rumos políticos no Brasil estiveram no foco das análises no bate-papo que reuniu os jornalistas William Waack e Mara Luquet e o his-

In his opening address, the president of Sincor-SP, Alexandre Camillo, exalted the strength of the category. “Here we have the best and greatest demonstration of the strength of insurance brokers. In a full economic downturn, the sector continues to grow”. The president of the National Federation of Insurance Brokers (Fenacor), Armando Vergilio, defended the union of all segments of the market around common interests, aiming at the growth of the sector and, above all, consumer protection.

Vergílio considered that the market has grown, but not evolved. “It is in our hands the power to build a positive agenda, protecting people’s dreams properly. Together, we are one force”.

By placing the Private Insurance Superintendence (Susep) available to the sector, head Joaquim Mendanha reinforced the importance of events such as Conec to increasingly qualify the market, an item also highlighted by Robert Bittar, president of the National Insurance School. “In a year of challenges, to reaffirm ethical and moral values of society, as well as opportunities to rebuild, evolve”, said Bittar. The opening ceremony was attended by presidents Marcio Coriolano (CNseg), Mauro César Batista (Sindseg-SP) and Calisto Cardoso de Brito (São Paulo Union of Insurance Labor), Simone Martins (Sincor-SP) second vice-president, and the State Secretary of Education of São Paulo, José Renato Nalini, representing the State Governor, Geraldo Alckmin.

Broker and the economic scenario

The resumption of the economy and the political direction in Brazil were the focus of the analysis in the chat that brought together the journalists William Waack and Mara Luquet and the historian and professor Marco Antonio Villa in the opening lecture

Programa apresentado por Pedro Barbato Filho

TODA SEGUNDA-FEIRA
DAS 7H ÀS 8H
102,5 MHz FM

A GRANDE JORNADA PELO MUNDO DO SEGURO

torizador e professor Marco Antonio Villa na palestra magna de abertura do Conec. No primeiro painel do dia, denominado “O Futuro da Corretagem de seguros”, o fato de ter confiança e fé no crescimento do mercado, mesmo com a retomada lenta da economia, são qualidades que o setor de corretagem precisa cultivar. Esta foi a tese defendida por alguns dos principais presidentes das seguradoras que abordaram o tema no painel “O Futuro da Corretagem de Seguros”. Os dirigentes foram categóricos: as novas tecnologias e as demandas da sociedade oferecem uma enorme oportunidade para corretores e seguradoras se modernizarem.

Cooperativas e associações, vendas multicanal e online, Visão do seguro e do segurado e seguro popular foram alguns dos tópicos abordados pelos presidentes Fábio Luchetti (Porto Seguro), Edson Luís Franco (Zurich Brasil), Gabriel Portella (SulAmérica), Miguel Perez Jaime (Allianz Seguros), Francisco Vidigal Filho (Sompo Seguros) e José Adalberto Ferrara (Tokio Marine). As apresentações foram mediadas pelo vice-presidente do Sincor-SP, Boris Ber.

Em relação ao tema “RC – Quanto mais responsabilidade, melhor”, os participantes manifestaram otimismo quanto ao futuro da área. Para o coordenador da Comissão de RC do Sincor-SP, Felipe Barretto, “a hora da responsabilidade civil chegou”. Segundo ele, é importante olhar para os clientes já existentes e falar sobre os riscos aos quais eles estão expostos.

“Existe vida além do seguro de automóveis”. Taxativo, Edmur de Almeida, coordenador da Comissão de Crédito, Garantia e Fiança do Sincor-SP, ressaltou a importância dos corretores diversificarem suas ofertas com os seguros de crédito, garantia e fiança locatícia, entre outras modalidades com potencial de crescimento durante o painel “Fórum de riscos financeiros – opções para melhorar seus negócios”. “É preciso fazer cross-selling, reconhecer as oportunidades. Muitas vezes, elas estão em nossos próprios clientes”, orientou Almeida.

A agenda do mercado foi o tema apresentado por algumas das principais entidades que representam o setor no Brasil durante a palestra “Conflitos e soluções – uma agenda para o mercado de seguros”. O debate foi, mediado pelo presidente do Sincor-SP, Alexandre Camillo. “A bem da verdade, não sabemos avaliar, diante desse crescimento tão grande, se ele na verdade seria satisfatório, porque não conseguimos avaliar se o que crescemos é o que poderíamos ter crescido. Talvez nosso mercado tenha experimentado isso, mesmo com todo esse crescimento”, opinou Camillo.

Essa agenda, segundo Armando Vergilio, presidente da Fenacor, ainda não existe e, por isso, é preciso criá-la, assim como é preciso criar um ambiente sinérgico entre os representantes dos corretores e seguradoras. Márcio Coriolano, presidente da CNseg, expôs aos congressistas que a estabilidade econômica nos anos anteriores gerou uma janela de oportunidades enorme. “O mercado é movido à renda, produto e emprego. Temos uma série histórica de 2010-2015 com um cresci-

of de Conec. In the first panel of the day, called “The Future of Insurance Brokerage”, the confidence and faith in market growth, even with the slow recovery of the economy, are qualities that the brokerage industry must cultivate. This was the thesis advocated by some of the leading insurers’ presidents who addressed the issue in the panel “The Future of Insurance Brokerage”. The leaders were categorical: the new technologies and the demands of society offer a huge opportunity for brokers and insurers to modernize.

Cooperatives and associations, multichannel and online sales, Insurance and insured vision and popular insurance were some of the topics addressed by the presidents Fábio Luchetti (Porto Seguro), Edson Luís Franco (Zurich Brazil), Gabriel Portella (SulAmérica), Miguel Perez Jaime (Allianz Seguros), Francisco Vidigal Filho (Sompo Seguros) and José Adalberto Ferrara (Tokio Marine). The presentations were mediated by the Sincor-SP vice president, Boris Ber.

Regarding the theme “Liability- The more responsibility, the better”, the participants expressed optimism about the future of the area. For the coordinator for Liability Commission of Sincor-SP, Felipe Barretto, “the time of civil responsibility has arrived”. According to him, it is important to look at existing customers and talk about the risks to which they are exposed.

“There is life beyond auto insurance.” Tax Manager, Edmur de Almeida, coordinator of the Credit, Surety and Guarantee Committee of Sincor-SP, stressed the importance of brokers to diversify their offerings with credit insurance, guarantee and lease guarantee, among other modalities with growth potential during the panel “Financial Risk Forum – Options to Improve Your Business. “You need to do cross-selling, recognize the opportunities. Often, they are in our own customers”, said Almeida.

The market agenda was the theme presented by some of the main entities that represent the sector in Brazil during the lecture “Conflicts and solutions - an agenda for the insurance market”. The debate was, mediated by the president of Sincor-SP, Alexandre Camillo. “For the truth, we do not know how to evaluate, in the face of such great growth, whether it would indeed be satisfactory, because we can not assess whether what we have grown is what we could have grown. Maybe our market has experienced this, even with all this growth”, said Camillo.

This agenda, according to Armando Vergilio Fenacor’s president, does not yet exist and, therefore, it must be created, just as a synergistic environment must be created between representatives of brokers and insurance companies. Márcio Coriolano, president of CNseg, told the audience that economic stability in previous years has created a window of opportunity. “The market is driven by income, output

mento do mercado a taxas chinesas. O mercado vem crescendo ao longo do tempo sim, mas não absorveu tanto como podia”, pontuou.

O vice-presidente de seguros do IRB Brasil RE, José Carlos Cardoso, disse ter estado recentemente na Colômbia para participar de um evento securitário e diz que o próprio presidente do país compareceu para prestigiar o setor de seguros. “Esse evento é aberto pelo presidente da República de lá. Sempre senti inveja deles, um mercado que não chega a 10% do tamanho do nosso mercado, mas que ocupa um espaço importante na agenda das autoridades. Quero fazer uma provocação: senhores corretores, precisamos de vocês a nos empurrar para estreitarmos essa distância”, disse.

Tendo como pano de fundo, questionamentos como: “a profissão de corretor irá acabar?” e “com a internet, vai sofrer impactos?”, a palestra “Mitos e verdades sobre a distribuição de seguros no Brasil” mostrou uma situação contrária: A internet tem tudo para ser uma aliada do corretor. Na visão de Matias Ávila, vice-presidente comercial da SulAmérica Seguros, as companhias precisam oferecer ferramentas eficientes ao corretor, para garantir mais agilidade na venda. Afinal, o papel do profissional vai muito além da contratação de um seguro, sendo um agente essencial de ligação entre os clientes e as seguradoras.

Investir em novas estratégias de negócios, abraçando nichos pouco explorados, pode alavancar os resultados das corretoras de seguros. O assunto foi discutido durante o “Fórum de Transportes”. “Este é um nicho de mercado com imenso potencial, pois é grande a demanda e ainda são poucos os corretores especializados”, diz Edson Fecher, conselheiro fiscal do Sincor-SP. Hoje, em todo o Estado de São Paulo, apenas 500 corretores são totalmente especializados no segmento.

Um tema palpitante também foi abordado no XVII Conec. A saúde suplementar privada hoje, no Brasil, supera, em termos de orçamento, a saúde pública. A estimativa de valores anunciada para o SUS em 2017 é de R\$ 102 bilhões, enquanto o privado será de 187 bilhões. Se por um lado esse número fortalece o setor de seguros, ele gera um alto número de atendimentos e procedimentos. A abordagem foi trabalhada durante o painel “Saúde tem remédio”. A presidente da Federação Nacional de Saúde Suplementar (FenaSaúde), Solange Beatriz Palheiro Mendes, afirmou que, anualmente, são feitos mais de 1,4 bilhão de procedimentos diversos. Ela explicou que esse é um dos desafios do setor; é preciso se questionar se esses recursos estão sendo usados de maneira eficiente ou sendo apenas desperdiçados.

Encerrando o segundo dia do Conec, o “Fórum de Agrogócios” abordou um campo a ser devidamente explorado. A agricultura brasileira representa 46% das exportações e 21,5% do PIB nacional. E atuar no setor pode ser uma excelente alternativa aos corretores que desejam trabalhar em um ramo promissor no mercado. Mas, atenção: para entrar nesse mercado, dado as suas peculiaridades,



Solange: mais de 1,4 bilhão de procedimentos diversos feitos anualmente na saúde suplementar

Solange: more than 1.4 billion different procedures performed annually in supplementary health

and employment. We have a historical series from 2010-2015 with a growth of the market at Chinese rates. The market has been growing over time, yes, but it has not absorbed as much as it could”, he said. IRB Brasil RE reinsurance vice president, José Carlos Cardoso, said he was recently in Colombia to attend an insurance event and that the country’s president himself came to preside over the insurance industry. “This event is opened by the president of the Republic there. I have always been envious of them, a market that does not reach 10% of the size of our market, but that occupies an important space in the agenda of the authorities. I want to make a provocation: brokers, we need you to push us to narrow this distance”, he said.

Against the backdrop of questions such as “Will the broker profession end?” And “Will the Internet suffer?”. The lecture “Myths and Truths about the Distribution of Insurance in Brazil” showed a contrary situation: Internet has everything to be the broker’s ally. In the Matias Ávila view, SulAmérica Seguros’ commercial vice president, companies need to offer efficient tools to the broker to ensure more agility in the sale. After all, the professional’s role goes far beyond hiring insurance, being an essential liaison between clients and insurers.

Investing in new business strategies, embracing little-explored niches, can leverage the results of insurance brokers. The subject was discussed during the “Transportation Forum”. “This is a niche market with immense potential, because the demand is great and there are still few specialized brokers”, says Edson Fecher, fiscal advisor at Sincor-SP. Today, throughout the State of São Paulo, only 500 brokers are fully specialized in the segment.

A throbbing theme addressed in the XVII Conec. private supplementary health in Brazil now exceeds

ridades, é preciso estudar e entender bem o negócio. “É necessário persistência, pois trata-se de área complexa, mas que pode trazer importantes retornos”, disse o executivo do Grupo BB e Mapfre, Wady Cury.

Tecnologia e automóvel

Na palestra “Tecnologia – o consumidor no comando”, os palestrantes analisaram o perfil de potenciais clientes que têm forte presença online. Abrindo o painel, o head do Segmento de Finance no Google Brasil, Guilherme Bressane, informou que mensalmente são feitas 12 milhões de pesquisas relacionadas a seguros. E qual é o perfil destes usuários? Diretor de marketing da Porto Seguro, Rafael Caetano, comenta que cada geração lida com a tecnologia de uma maneira. “Mudam os valores, a relação com o seguro, a maneira como fazem negócios e a voz de cada um”, esclarece.

Além disso, agregar o aspecto tecnológico ao negócio é uma realidade que as seguradoras já estão vivendo, e precisam aprender a aperfeiçoar. O painel “Auto – Quais caminhos percorreremos” incluiu tecnologia no debate sobre os rumos do seguro de automóvel. Seguindo no contexto da tecnologia, um time renomado de especialistas debateu as vantagens de ferramentas de cálculo de seguros. No XVII Conec, o Sincor-SP passou a disponibilizar um novo benefício com ferramentas de gestão, CRM e cálculo de seguro. Além do automóvel, poucas pessoas visam à própria proteção e de seus entes queridos.

Segundo dados divulgados durante o painel “Vida – a longevidade do nosso negócio”, apenas 10% da população brasileira contratam este tipo seguro, sendo que a maior parte é oferecido por empregadores. Se contar apenas pessoas físicas, esse número diminui para menos de 1%. A oportunidade, então, existe. Então por que os corretores não estão focando nisso? Para o presidente da Centauro-ON Vida e Previdência, Ricardo Iglesias Teixeira, o profissional está próximo o suficiente do cliente para entender suas necessidades. “Acreditamos que o seguro de vida será o futuro do corretor”, ressalta o vice-presidente comercial regional São Paulo da Icatu Seguros, Guilherme Hinrichsen.

Um dos painéis do XVII Conec foi dedicado à certificação digital. Hoje, as corretoras são as principais emissoras de CD no País. Com o objetivo de oferecer dicas e estratégias de como abordar o cliente, foi realizado o “Fórum de Certificação Digital – Conquistar novos negócios todos os dias”. Existe uma cláusula pétreia que determina que um registro só pode ser feito com a presença de um agente de registro. “Por isso, o certificado para nós, corretores de seguros, nunca foi só mais um produto; ele é uma estratégia de negócios e relacionamento”, afirma Manuel Matos, diretor da AC Sincor.

Mas para concretizar um bom negócio é preciso, de fato, empreender. Dados do Sebrae apontam que 58% das empresas fecham até o quinto ano de funcionamen-

public health in terms of budget. The estimated value for SUS in 2017 is R\$ 102 billion, while the private figure will be R\$ 187 billion. While on the one hand this number strengthens the insurance industry, it generates a high number of attendances and procedures. The approach worked out during the “Health has medicine” panel. The president of the National Federation of Supplementary Health (FenaSaúde), Solange Beatriz Palheiro Mendes, said that, annually, more than 1.4 billion different procedures handled. She explained that this is one of the challenges of the sector; the question whether these resources are being used efficiently or just being wasted. Concluding the second day of Conec, the “Agribusiness Forum” addressed a field to be explored. Brazilian agriculture represents 46% of exports and 21.5% of national GDP. And acting in the industry can be a great alternative to brokers who wish to work in a promising industry in the market. But, attention: to enter this market, given its peculiarities, it is necessary to study and understand the business well. “It takes persistence, because it is a complex area, but it can bring important returns”, said Grupo BB and Mapfre executive Wady Cury.

Technology and automobile

In the lecture “Technology - the consumer in charge”, the speakers analyzed the profile of potential customers who have a strong online presence. Opening the panel, head of the Finance Segment in Google Brasil, Guilherme Bressane, reported that 12 million insurance-related surveys are done monthly. And what is the profile of these users? Director of marketing at Porto Seguro, Rafael Caetano, comments that each generation deals with technology in a way. “The values change, the relationship with insurance, the way they do business and the voice of each one”, he explains.

In addition, the technological aspect to the business is a reality that insurers are already living, and need to learn to improve. The “Auto - Which Paths to Go” panel has included technology in the debate on the auto insurance directions. Following in the context of technology, a renowned team of experts debated the advantages of insurance calculation tools. At the XVII Conec, Sincor-SP started to provide a new benefit with management tools, CRM and insurance calculation. Besides the automobile, few people aim at their own protection and their loved ones.

According to data released during the panel “Life - the longevity of our business”, only 10% of the Brazilian population contracts this type of insurance, most of which is offered by employers. If you count only individuals, that number decreases to less than 1%. The opportunity then exists. So why are brokers not focusing on this? For the president of Centauro-ON Vida e Previdência, Ricardo Iglesias Teixei-



Lideranças do mercado segurador falaram sobre o tema "Nosso negócio seguro em conjunto com uma nova política"
Insurance market leaders spoke on the theme "Our business insurance in conjunction with a new policy"

to. O problema pode estar justamente na figura do dono do negócio. "Ser empresário é diferente de ser empreendedor. Empreendedorismo tem a ver com comportamento, com gestão", afirmou Alexandre Nunes Robazza, assessor da Diretoria Técnica do Sebrae-SP, durante o Fórum de Empreendedorismo.

É no momento atual que vive o País – onde a atividade política é repudiada por boa parte da população –, que temos de brigar por transformações necessárias para a sociedade e, também, representar lutas de setores importantes como o do mercado de seguros. A opinião é do presidente do Sincor-SP, Alexandre Camillo, apontada no painel "Nosso negócio seguro em conjunto com uma nova política".

Na ótica de Armando Vergílio (Fenacor), a política deve ser usada para transformar a realidade. Na ocasião, Evaldir Barboza de Paula, coordenador da Comissão Político-Parlamentar do Sincor-SP, explicou em linhas gerais um pouco do trabalho interno da comissão que ele integra no sindicato paulista. O deputado federal Lucas Vergílio, representante da categoria na Câmara Federal, explicou que falar de uma nova política para o mercado envolve o aspecto legal e o político. O primeiro exige propor novas leis e projetos e estar atento às discussões que ocorrem na Câmara. "E o aspecto político é inserir o mercado de seguros para a sociedade brasileira", ressaltou.

Os corretores, na visão do secretário estadual de Desenvolvimento Social, Floriano Pesaro, são pessoas que dão paz e tranquilidade à população, porque são agentes de proteção social. Os novos tempos, ressaltou o secretário, "exigem novos modelos de gestão e o Estado deve e pode participar dessa construção com políticas públicas". Este painel foi mediado pelo advogado Antônio Penteadó Mendonça.

ra, the professional is close enough to the client to understand their needs. "We believe that life insurance will be the broker's future", says Icatu Seguros, Guilherme Hinrichsen.

One of the panels of XVII Conec was dedicated to digital certification. Today, brokerages are the main DC issuers in Brazil. In order to offer tips and strategies on how to approach the customer, the "Digital Certification Forum - Conquering new business every day" was held. There is a stony

clause that determines that a record can only be made with the presence of a record agent. "Therefore, the certificate for us, insurance brokers, was never just another product; It is a business strategy and relationship", says Manuel Matos, director of AC Sincor. In order to achieve good business results it is necessary, indeed, to undertake. Sebrae data indicates that 58% of companies close until the fifth year of operation. The problem may be precisely in the figure of the owner of the business. "Being a businessman is different from being an entrepreneur. Entrepreneurship has to do with behavior, with management", said Alexandre Nunes Robazza, advisor to the Sebrae-SP Technical Board, during the Entrepreneurship Forum.

The present moment that the country lives - where political activity is repudiated by a large part of the population - that we must fight for the transformations necessary for society and also represent struggles of important sectors such as the insurance market. The opinion is the president of Sincor-SP, Alexandre Camillo, pointed out in the panel "Our business insurance together with a new policy".

In the view of Armando Vergílio (Fenacor), politics must be used to transform reality. On that occasion, Evaldir Barboza de Paula, coordinator of the Political and Parliamentary Commission of Sincor-SP, explained in general terms a little of the internal work of the committee he is part of the São Paulo trade union. Federal Representative Lucas Vergílio, explained that talking about a new policy for the market involves the legal and political aspects. The first requires proposing new laws and projects and being attentive to the discussions that take place in the House. "And the political aspect is to insert the insurance market into Brazilian society", he added.



Corretores são o principal canal de distribuição do seguro no Brasil
Brokers are the main distribution channel of insurance in Brazil

Encerramento

“O sucesso desse evento reflete a potência do corretor para o mercado e a importância que temos na distribuição dos seguros no Brasil”, ressaltou o presidente do Sincor-SP, Alexandre Camillo, na cerimônia de encerramento do XVII Conec. Durante o evento, o sindicato realizou sorteios referentes à Trilha do Conhecimento, ao Passaporte do Bem e ao último carro premiado – ao todo foram nove veículos. Os corretores felizardos ganharam uma viagem à Punta Cana na República Dominicana, um cruzeiro e automóveis Renault.

O congresso somou mais de 30 horas de palestras voltadas à qualificação profissional e pessoal. Além dos painéis técnicos, os congressistas assistiram palestras de cunho motivacional e filosófico, como as ministradas pelo especialista em marketing Dado Schneider (“Aprender a empreender”), pelo professor Leandro Karnal (“A essência do ser”) e pelo publicitário Roberto Justus (“As sete forças que levam você ao sucesso”).

Para Camillo, os auditórios sempre lotados e a interação dos congressistas mostram a vontade do corretor em aprender e se renovar. “Apesar do cenário adverso da economia, nosso mercado apresentou resultados positivos, e, tudo isso, graças à coragem e determinação do corretor de seguros, que, de fato, é o canal seguro da distribuição”, completou. Paralelamente ao evento, aconteceu a Expo-seg — a feira de negócios mais importante do setor — com a exposição de produtos e serviços das maiores seguradoras do Brasil. O entretenimento também teve seu espaço. Os participantes curtiram shows com os cantores Daniel Boaventura e Michel Teló. (*com Redação)

The brokers, according to the State secretary of Social Development, Floriano Pesaro, are people who give peace and tranquility to the population, because they are agents of social protection. The new times, said the secretary, “require new models of management and the state should and can participate in this construction with public policies”. This panel was mediated by lawyer Antonio Pentead Mendonça.

Closing

“The success of this event reflects the broker’s power for the market and the importance we have in the distribution of insurance in Brazil”, said the president of Sincor-SP, Alexandre Camillo, at the closing ceremony of XVII Conec. During the event, the union held raffles for the Knowledge Trail, the Passport of Good and the last winning car - in all there were nine vehicles. The lucky brokers won a trip to Punta Cana in the Dominican Republic, a cruise and Renault cars.

The congress added more than 30 hours of lectures focused on professional and personal qualification. In addition to the technical panels, congress persons attended motivational and philosophical lectures, such as those given by marketing specialist Dado Schneider “Learning to undertake”, by professor Leandro Karnal “The essence of being”, and by the publicist Roberto Justus “The seven forces that lead you to success”.

For Camillo, the crowded auditoriums and the interaction of participants show the broker’s willingness to learn and renew. “Despite the adverse scenario of the economy, our market has shown positive results, and all this, thanks to the courage and determination of the insurance broker, which, in fact, is the safe channel of distribution”, he added. Parallel to the event, Expo-seg - the most important business fair in the sector - took place with the exhibition of products and services from the largest insurance companies in Brazil. The entertainment also had its space. The participants enjoyed shows with the singers Daniel Boaventura and Michel Teló. (*with Writing team)

CONEC TROUXE O BRILHO DE EMPRESAS E AUTORIDADES

A REPORTAGEM DE Insurance Corp conversou com algumas das maiores personalidades que estiveram presentes no XVII Conec. A advogada Angélica Carlini, especializada em seguros, participou do painel “RC – Quanto mais responsabilidade, melhor”. Ela citou à reportagem sobre a responsabilidade civil do cyber seguros. “Este é um ramo que vai ganhar cada vez mais espaço. Hoje todos trabalham com dados – advogados, hospitais, médicos, clínicas, entre outros”. E emendou: “Precisamos estar atentos com a realidade. Não tenho nenhuma dúvida do crescimento do cyber seguros. Nós, que operamos com o seguro, não temos direito de ficarmos mal informados”.

Uma novidade apresentada durante o Conec chamou a atenção dos congressistas: a formulação de um curso de seguro voltado a crianças e adolescentes das escolas do Estado de São Paulo. Quem revelou a novidade foi o próprio secretário de educação paulista, José Renato Nalini. “Estamos esperançosos em trazer a educação securitária e noções de ética de seguro para a infância e juventude”, ressaltou. Em sua opinião, quem contrata um seguro confia na garantia de um bom serviço, além de receber a retaguarda do corretor que orienta sobre a aquisição do melhor produto.

IC ouviu o presidente do Plano de Amparo Social Imediato (Pasi), Alaor Silva. Desde 1989, o Pasi oferece Seguro de Vida e Acidentes em Grupo que atende às necessidades dos empresários e ampara trabalhadores brasileiros. Segundo Alaor, é o produto mais indicado pelo seu fiel cumprimento das cláusulas dos acordos e convenções coletivas de diversos segmentos produtivos. Com estande montado no Conec, o presidente atendeu a corretores de todo o País. “O Pasi é, hoje, referência nacional no mercado segurador”, reitera Alaor Silva. Ele esclarece que o seguro atende perfeitamente às carências das classes menos favorecidas, que antes não tinham acesso a este tipo de serviço.

Diretor comercial de São Paulo da Sompo Seguros, Wilson Lima, falou sobre algumas ações realizadas pela empresa, reforçando a nova marca junto aos corretores, com destaque para a atual campanha publicitária. A companhia levou para a edição do XVII Conec o calor humano e a proximidade com os corretores. “Queremos que eles se sintam bem ao lado da Sompo”, comentou. Em sua primeira participação, desde a recente mudança na razão social, os executivos do Grupo apresentaram as novidades mais recentes, as perspectivas e oportunidades de negócios da companhia.

Pioneira e considerada líder em soluções online para corretores de seguros, a Tex Soluções em Tecnologia também marcou presença no Conec. “Acreditamos na tecnologia como ela deve ser: invisível e que simplesmente funciona”, resumiu o presidente da empresa, Omar Ajame. Segundo ele, o objetivo da Tex é trabalhar “incansavelmente para potencializar negócios no mercado segurador por meio de mais integração, mais eficiência e inteligência”.

CONEC BROUGHT THE BRILLIANCE OF COMPANIES AND AUTHORITIES

INSURANCE CORP SPOKE with some of the greatest personalities who were present at the XVII Conec. Attorney Angelica Carlini, who specializes in insurance, participated in the panel “Liability - The more responsibility, the better”. She cited the report on cyber insurance liability. “This is a branch that will gain more and more space. Today everyone works with data - lawyers, hospitals, doctors, clinics, among others”, she added: “We need to be in touch with reality. I have no doubt the growth of cyber insurance. We, who operate with insurance, have no right to be misinformed”.

A release presented during Conec attracted the participants attention: the formulation of an insurance course aimed at children and adolescents of schools in the State of São Paulo. São Paulo’s secretary of Education José Renato Nalini presented it: “We are hopeful to bring insurance education and notions of insurance ethics to children and youth”. he said. In his opinion, those who take out an insurance trust in the guarantee of a good service, besides receiving the rearguard of the broker that guides on the acquisition of the best product.

IC heard the President of the Immediate Social Assistance Plan (Pasi), Alaor Silva. Since 1989, Pasi has offered Group Life and Accident Insurance that meets the needs of business owners and supports Brazilian workers. According to Alaor, it is the product most indicated by its faithful compliance with the clauses of the agreements and collective agreements of several productive segments. With a stand mounted on the Conec, the president met brokers from all over the country. “Pasi is, today, a national reference in the insurance market”, reiterates Alaor Silva. He clarifies that insurance meets perfectly the needs of the less favored classes, who previously had no access to this type of service.

Commercial director Sompo Seguros of São Paulo, Wilson Lima, spoke about some actions taken by the company, reinforcing the new brand with the brokers, highlighting the current advertising campaign. The company took to the edition of XVII Conec the human warmth and the proximity with the brokers. “We want them to feel good next to Sompo”, he said. In their first participation, since the recent change in corporate name, the Group executives presented the latest news, perspectives and business opportunities of the company.

A pioneer, also considered the leader in online solutions for insurance brokerages, Tex Soluções em Tecnologia also present at Conec. “We believe in technology as it should be: invisible and that simply works”, summed up the company’s president, Omar Ajame. According to him, Tex’s goal is to work “tirelessly to leverage business in the insurance market through more integration, more efficiency and intelligence.”

Marca da tradição e inovação

Branding tradition and innovation



A Gebram possui 180 funcionários devidamente preparados para atuar no mercado de seguros
Gebram has 180 employees duly trained to operate in the insurance market

Fundada em 1936 na cidade de Jundiaí (SP), a Gebram Corretora de Seguros testemunhou os principais momentos do mercado segurador brasileiro

Founded in 1936 in the city of Jundiaí (SP), Gebram Corretora de Seguros witnessed the main moments of the Brazilian insurance market

Por/by Sueli dos Santos

DE REPENTE, 80 anos. A Gebram Corretora de Seguros está completando oito décadas de atuação. A empresa é fruto da aposta visionária de Salim M. Gebram. No Brasil dos anos 30, o seguro que dava cobertura ao acidente do trabalho era privado. E foi aí que ele quis atuar. A visão empreendedora de Gebram vislumbrava um grande potencial do segmento e decidiu investir neste mercado que, na época, ainda era pouco explorado no Brasil. Jundiaí, interior de São Paulo, onde a corretora está instalada até hoje, era uma região industrial importante e ele dava suporte às diversas empresas ali instaladas.

O tempo passou, o mercado de seguros cresceu e a Gebram acompanhou essa transformação. A corretora é de origem familiar e assim tem sido por todos esses anos. Hoje, a terceira geração está começando a atuar na administração. “Sucessão todo mundo fala, mas cada caso é um caso. Cada empresa é uma empresa. Em nosso caso foi um susto. Hoje, tentamos fazer algo mais planejado e profissional. A primeira sucessão aconteceu de forma imprevista com a morte repentina de meu pai”, diz o diretor Silvio Gebram. Com a evolução do mercado segurador, a Gebram, que atua na região de Jundiaí, sempre procurou desenvolver produtos e serviços que tivessem diferenciais. “Chegamos a lançar o serviço de carro reserva antes mesmo das companhias de seguro”, recorda.

SUDDENLY, 80 YEARS. Gebram Corretora de Seguros is completing eight decades of operations. The company is the result of the visionary Salim M. Gebram. 1930s, Brazil. Insurance covering an accident at work was private. That’s where he wanted to act. The entrepreneurial vision of Gebram saw a great potential of the segment and decided to invest in this market that, at the time, was still little explored in Brazil. Jundiaí, inland São Paulo, where the brokerage firm is still today, was an important industrial region and he supported the various companies installed there.

Time went by, the insurance market grew and Gebram followed that transformation. The brokerage house was family originated and has been so for all these years. Today, the third generation is starting to act in administration. “Succession everyone talks about, but every case is a case. Every company is a company. In our case it was scary. Today, we try to do something more planned and professional. The first succession happened unexpectedly with the sudden death of my father”, says director Silvio Gebram. With the evolution in the insurance market, Gebram, which operates in the region of Jundiaí, always sought to develop products and services that had differentials. “We started to launch the extra car service even before the insurance companies”, he recalls.



Além disso, ele considera que um dos grandes trunfos da longevidade da Gebram é a fidelidade dos clientes e simplicidade na maneira de se relacionar. A corretora reúne, hoje, algo em torno de 48 mil clientes pessoas físicas e jurídicas, atendidos por funcionários que colocam a empresa em funcionamento. Quando Salim morreu precocemente em 1964, aos 47 anos, foi um choque, mas não o único: o seguro de acidente do trabalho foi incorporado pelo INSS. A empresa precisou passar por uma reinvenção.

Neste momento entrou em cena a matriarca da família, dona Sebastiana A. Gebram, que deu continuidade ao projeto do marido e manteve a unidade familiar e empresarial. “Ela assumiu a empresa sem conhecer o mercado e cuidou sozinha dos filhos”, recorda Silvio, o filho mais novo que atua na corretora.

Espírito colaborativo

Salim Filho lembra que, quando começou a trabalhar na empresa, aos 17 anos de idade, muitos clientes comentavam sobre a consideração que tinham por Salim Gebram. “Graças à fidelidade destes clientes e a atuação da minha mãe, a corretora continuou”, diz. Mas será esse o segredo do sucesso? Segundo ele, o segredo da Gebram é a preocupação em oferecer o melhor para o cliente e a transparência na atuação. “Se eu tiver convicção de oferecer o melhor, ele vai perceber e as coisas fluem. O sucesso é consequência dessa atitude, além de muito trabalho, claro”, revela. Silvio afirma ainda que a corretora tem muitos clientes antigos. “E vivemos em uma época em que por uma diferença mínima no preço, o cliente nos troca por outro facilmente”, reforça. Com 180 funcionários devidamente preparados para atuar no mercado, a Gebram opera em diversos ramos, mas assim como acontece em outras corretoras, o carro-chefe é o seguro auto. Mas por que a corretora é diferente? Quem percorre Jundiaí, percebe a sua presença: seja com propagandas em muros ou na relação com a comunidade. A corretora cedeu para a cidade um lindo portal, um excepcional ponto turístico. É a corrente do bem que amplia sua influência e deixa seu rastro positivo. A Gebram Corretora possui uma relação ampla com a sociedade jundiense, pois participa de diversos trabalhos filantrópicos e assistenciais e isso acaba por tornar a corretora mais conhecida. É um processo natural que não foi pensado estrategicamente, mas ajuda no fortalecimento da imagem da empresa.

In addition, he believes that one of the great assets of Gebram’s longevity is customer loyalty and simplicity in the way it relates. Today, the brokerage houses around 48,000 individuals and corporate clients, serviced by employees who put the company into operation. When Salim died early in 1964, at age 47, it was a shock, but not the only one: labor accident insurance was incorporated by the INSS. The company had to undergo a reinvention.

At this moment the matriarch of the family, Mrs Sebastiana A. Gebram, entered the scene, who continued the project of the husband and maintained the family and business unit. “She took over the company without knowing the market and took care of her children alone”, recalls Silvio, the younger son who works at the brokerage firm.

Collaborative spirit

Salim Filho recalls that when he started working at the company, at the age 17, many clients commented on their consideration for Salim Gebram. “Thanks to the loyalty of these clients and the actions of my mother, the brokerage firm continued”, he says. Is this the secret of success? According to him, Gebram’s secret is the concern, offering the best for the client and the transparency in the performance. “If I have conviction to offer the best, he will realize and things flow. Success is the consequence of this attitude, besides a lot of work, of course”, he reveals. Silvio also says that the brokerage house has many old clients. “We live in a time when by a minimal difference in price, the customer easily exchanges us for another”, he adds.

With 180 employees properly prepared to operate in the market, Gebram operates in several branches, but as in other brokerages, the flagship is auto insurance. Why is the brokerage house different? Whoever goes through Jundiaí, realizes its presence: advertisements on walls or in relation to the community. The brokerage gave the city a beautiful portal, an exceptional tourist spot.

It is the chain of good that enlarges its influence and leaves its positive trail. Gebram Corretora has a wide relationship with the Jundiaí society, because it participates in several philanthropic and assistance works and this ends up making the broker better known. It is a natural process that was not thought strategically, but helps in strengthening the company’s image.





Salim Gebram Filho, Maureci Ferrite de Oliveira e Silvio Gebram: empresa de sucesso
Salim Gebram Filho, Maureci Ferrite de Oliveira and Silvio Gebram: successful company

Grande influência

Silvio lembra que na época do Brasil Colônia, Jundiaí foi ponto de partida do movimento dos Bandeirantes que se dirigiam para o interior do país em busca de ouro – ou mesmo para buscar índios e negros que fugiam da escravidão. A Gebram é uma das maiores corretoras no interior paulista e, por conta disso, acaba por ter grande influência no mercado da região, considerado um dos mais expressivos de São Paulo. A corretora é formadora de opinião e tendências face suas congêneres no interior do Estado. É sempre bom lembrar que o interior é importantíssimo para o faturamento do mercado segurador.

O diretor ressalta que muitos profissionais entram em contato para saber o modus operandi da empresa. “Muitos corretores nos ligam, ou vêm até aqui para saber como trabalhamos”, diz ele. “Muitos corretores nos ligam, ou vêm até aqui para saber como trabalhamos”, diz ele. E você recebe a todos? “Sim, claro. Não temos segredo. É trabalho”, diz ele. Além disso, ele, a corretora mantém bom relacionamento com as companhias. Muitos executivos vão até Jundiaí visitar a corretora. Quem conhece Silvio Gebram sabe de sua

Big influence

Silvio recalls that in the time of Brazil Colony, Jundiaí was the starting point of the movement of the Bandeirantes that went to the interior of the country in search of gold - or even to look for Indians and blacks that escaped from the slavery. Gebram is one of the largest brokerages in the interior of São Paulo and, as a result, it has a great influence on the region's market, considered one of the most expressive in São Paulo. The brokerage

firm is an opinion maker and trends towards its counterparts within the state. It is always good to remember that the interior is very important for the billing of the insurance market.

The director points out that many professionals come in contact to know the company's modus operandi. “Many brokers call us, or come here to find out how we work”, he says. And you get them all? “Yes of course. We have no secret. It's work”, he says. In addition, the brokerage maintains good relationship with the companies. Many executives go to Jundiaí to visit the brokerage house. Those who know Silvio



Fernando Gebram, Fernando Damasco Gebram e Vitor Salviato de Oliveira: sucessores da terceira geração
Fernando Gebram, Fernando Damasco Gebram and Vitor Salviato de Oliveira: successors of the third generation

hospitalidade e ir até aquela cidade garante momentos de boa conversa e relacionamento.

Infraestrutura

Hoje, além da matriz em Jundiaí, a Gebram Seguros tem outras oito unidades: Vila Progresso, Ponte São João, Cajamar, Campo Limpo Paulista, Itatiba, Morungaba, Itupeva e Várzea Paulista. Essa presença dá à corretora capilaridade na atuação e atendimento. Na sede, há um auditório com capacidade para cem pessoas. Ali são realizadas apresentações, palestras e encontros. “Já ficou pequeno, mas costumamos usar como Centro de Treinamento (CT) voltado ao aperfeiçoamento de novos funcionários e também para reciclagem”, diz o diretor Maureci Ferrite.

A corretora dispõe, além de um posto de vistoria prévia aos clientes, de departamentos específicos para os ramos em que atua: Automóvel e Residência; Vida, Saúde e Previdência; Ramos Diversos (Empresarial, Condomínio, Transportes, Cascos, Aeronáuticos, Fiança Locatícia e outros); técnico e financeiro; sinistros e VIP. A Gebram também atua com produtos para o ramo empresarial: Vida em Grupo, Saúde, Auto Frotas, Transportes, Risco de Engenharia, Riscos Diversos, Condomínio, Responsabilidade Civil e Agrícola.

Silvio lembra ainda que muitas pessoas chegam até a corretora pela indicação de outros clientes. “É o famoso boca a boca e no interior isso é mais forte porque de alguma forma as pessoas estão mais próximas”, finaliza.

Gebram know of their hospitality and to go to that city guarantees moments of good conversation and relationship.

Infrastructure

Today, besides the headquarters in Jundiaí, Gebram Seguros has eight other units: Vila Progresso, Ponte São João, Cajamar, Campo Limpo Paulista, Itatiba, Morungaba, Itupeva and Várzea Paulista. This presence gives the brokerage firm capillarity in acting and attending. In the headquarters, there is an auditorium with capacity for a hundred people. There are presentations, lectures and meetings. “It’s already too small, but we usually use it as a Training Center (CT) aimed at improving new employees and also for recycling”, says director Maureci Ferrite.

The brokerage has, in addition to a pre-inspection station for clients, specific departments for the branches in which it operates: Automobile and Residence; Life, Health and Welfare; Diverse Branches (Business, Condominium, Transportation, Aeronautics, Bonds and others); Technical and financial; Claims and VIP. Gebram also acts with products for the business branch: Group Life, Health, Auto Fleets, Transportation, Engineering Risk, Miscellaneous Risks, Condominium, Civil and Agricultural Liability.

Silvio also recalls that many people come to the brokerage house for the appointment of other clients. “It’s the famous word of mouth and in the interior this is stronger because somehow people are closer”, he says.



Gebram entre os saudosos presidentes Lúcio Flávio Conduru de Oliveira (Bradesco Vida e Previdência) e Marco Antônio Rossi (Bradesco Seguros): prestígio
 Gebram between the late presidents Lúcio Flávio Conduru de Oliveira (Bradesco Vida e Previdência) and Marco Antônio Rossi (Bradesco Seguros): prestige



Matriarca da família, Sebastiana A. Gebram deu continuidade ao projeto do marido e manteve a unidade familiar e empresarial
 Matriarch of the family, Sebastiana A. Gebram continued the project of the husband and maintained the family and business unit

Comemoração em grande estilo

No início do ano, a direção da Gebram Corretora decidiu fazer uma comemoração diferente. Não é sempre que uma corretora completa 80 anos. E pensando nisso, a diretoria resolveu celebrar de maneira diferente essa data especial. Tradicionalmente, a empresa comemora com os funcionários e fornecedores mais próximos. Desta vez, contudo, é diferente.

A opção foi organizar uma festa como forma de exaltar e agradecer ao mercado segurador. Decidiu-se realizar um evento reunindo personalidades do segmento, incluindo presidentes, diretores de companhias, corretores parceiros e também entidades. Silvio conta que a ideia nasceu logo no início do ano. “Sempre fazemos um evento apenas entre os funcionários e fornecedores, mas como minha mãe está viva e lúcida, achei que era conveniente fazermos algo mais representativo”, revelou. Ele conta que dona Sebastiana discursou na festa de 70 anos e repetirá o ato este ano.

Para marcar oito décadas da corretora, foi criado um troféu que homenageia os principais nomes do mercado e que contribuíram com o crescimento da corretora. “Procuramos escolher nomes que estão diretamente ligados ao mercado e que, de alguma forma, tiveram participação em nosso crescimento”.

Além disso, o troféu, por si só, faz uma homenagem a um homem que foi um dos maiores destaques no mercado e também amigo muito próximo da corretora: Marco Rossi, presidente do Grupo Bradesco Seguros e CNseg, falecido em acidente aéreo em 2015. “Tínhamos um relacionamento muito próximo e frequente; ele sempre vinha jogar bola co-

Commemoration in style

At the beginning of the year, the management of Gebram Corretora decided to hold a different celebration. It is not always that a brokerage firm turns 80 years old. Thinking about it, the board decided to celebrate this special date differently. Traditionally, the company celebrates with the nearest employees and suppliers. This time, however, it is different.

The option was to organize a party as a way to exalt and thank the insurance market. It was decided to hold an event bringing together personalities from the segment, including presidents, company directors, partner brokers and also entities. Silvio says that the idea was born early in the year. “We always do an event only between employees and suppliers, but since my mother is alive and well, I thought we should do something more representative”, he said. He says that Mrs. Sebastiana has spoken at the 70-year party and will repeat the act this year.

To mark the broker’s eight decades, a trophy was created honoring the main names in the market and contributing to the broker’s growth. “We try to choose names that are directly linked to the market and that have somehow played a part in our growth”.

In addition, the trophy itself honors a man who was one of the biggest highlights in the market and also a close friend of the broker: Marco Rossi, president of the Bradesco Seguros Group and CNseg, who died in a plane crash in 2015. “We had a very close and frequent relationship; He always came and played ball with us. This relationship extrapolated the commercial relation-



Sede da Corretora: uma das maiores do interior paulista
Headquarters: is one of the largest inland São Paulo

nosco. Este relacionamento extrapolou a relação comercial”, lembra Sílvio. Serão contemplados com o troféu “Marco Antonio Rossi”, entregues pela viúva Maria Isabel Moreschi Rossi, dez personalidades do mercado segurador brasileiro, que muito contribuíram com o segmento. São eles:

Sebastiana de Almeida Gebram – a matriarca da família e, talvez, a corretora de seguros mais antiga do Brasil;
Plácido da Rocha Miranda – vice-presidente da ex-Companhia Internacional de Seguros;
Francisco Caiuby Vidigal – ex-presidente da Maritima Seguros;
Jayme Brasil Garfinkel – presidente do Conselho de Administração da Porto Seguro;
João Gilberto Possiede – presidente da J. Malucelli Seguradora;
Patrick Larragoiti Lucas – presidente do Conselho da SulAmérica Seguros;
Osmar Bertacini – presidente da Humana Seguros;
Paulo M. Marraccini – conselheiro da Allianz Seguros;
Hélio Opípari – presidente da Padrão Opípari Seguros;
Luiz Gustavo Miranda de Souza – presidente da Continental Seguros

As companhias parceiras, que dão suporte e apoio às atividades da corretora, serão igualmente homenageadas em função do trabalho que empreendem em prol do desenvolvimento do setor no Brasil. “É um reconhecimento justo aos que têm papel preponderante na expansão do seguro”, finaliza Sílvio.

ship”, recalls Sílvio. The “Marco Antonio Rossi” trophy will be awarded by the widow Maria Isabel Moreschi Rossi, ten personalities from the Brazilian insurance market, who contributed a lot to the segment. They are as follows:

Sebastiana de Almeida Gebram – the matriarch of the family and, perhaps, the oldest insurance brokerage in Brazil;
Plácido da Rocha Miranda – vice president of the former International Cia Seguradora;
Francisco Caiuby Vidigal – former president of Maritima Seguros;
Jayme Brasil Garfinkel – Chairman of the Board of Directors of Porto Seguro;
João Gilberto Possiede – president of J. Malucelli Seguradora;
Patrick Larragoiti Lucas – Chairman of SulAmérica Seguros;
Osmar Bertacini – President of Humana Seguros;
Paulo M. Marraccini – advisor of Allianz Seguros;
Hélio Opípari – president of the Opípari Seguros;
Luiz Gustavo Miranda de Souza – President of Continental Seguros

The partner companies, which support and support the activities of the brokerage firm, will also be honored as a result of the work they do in favor of the development of the sector in Brazil. “It is a fair recognition to those who have a preponderant role in the expansion of insurance”, concludes Sílvio.

Passado histórico que honra a classe

Historical past that honors class



Mesa de autoridades: corretores Paulo Schroeder, André Julião, Luciana Ferreira, Alexandre Camillo, Adevaldo Calegari, Flavio Bosísio, Jorge Teixeira Barbosa, Paulo Bosísio e Evaldir Barboza de Paula

Authorities table: brokers Paul Schroeder, André Julião, Luciana Ferreira, Alexandre Camillo, Adevaldo Calegari, Flavio Bosísio, Jorge Teixeira Barbosa, Paulo Bosísio and Evaldir Barboza de Paula

O ANIVERSÁRIO DE 44 anos do Clube dos Corretores de Seguros de São Paulo (CCS-SP) foi comemorado em almoço recente aos associados na capital paulista. O mentor Adevaldo Calegari destacou o passado histórico do Clube, lembrando que a entidade foi criada com o nobre propósito de dar voz aos corretores de seguros, que estavam impedidos, naquela época, de se manifestarem por meio de seu sindicato, o Sincor-SP. “A importância do Clube dos Corretores se consolida e se fortalece como uma entidade que privilegia os seus quadros – as melhores cabeças pensantes de São Paulo”, disse.

O presidente do Sincor-SP, Alexandre Camillo, reconheceu a importância do Clube para o sindicato e à categoria. “Muitas lideranças surgiram de dentro do Clube dos Corretores e também entidades, como a Fenacor”, afirmou. O almoço serviu também para empossar a diretoria reeleita para a gestão 2016/2018. O mentor Adevaldo Calegari, o secretário Evaldir Barboza de Paula e a diretora Luciana Ferreira, que foram reeleitos em novo mandato, entregaram placa de agradecimento aos membros da gestão anterior, André Julião, Paulo Bosísio e Paulo de Tarso Meinberg (este último ausente em virtude de problema de saúde). “O Clube dos Corretores é uma instituição que honra a nossa profissão de corretor e que nos tem dado muita alegria”, ressaltou Calegari. *(Texto: Márcia Alves)*

THE SÃO PAULO Club of Insurance Brokers 44th anniversary (CCS-SP) was celebrated in recent lunch in São Paulo. Mentor Adevaldo Calegari highlighted the historical past of the club, noting that the entity was created with the noble purpose of giving voice to insurance brokers, who were unable at that time to express themselves through their Union, Sincor-SP. “The Brokers Club importance is consolidated and strengthened as an entity that focuses on its staff – the best thinking heads of São Paulo”, he said.

Sincor-SP president, Alexandre Camillo, recognized the importance of the Club for the union and the category. “Many leaders have emerged from within the Brokers Club and also entities such as Fenacor”, he said. Lunch also served to inaugurate the re-elected board to the 2016/2018 management. Mentor Adevaldo Calegari, secretary Evaldir Barboza de Paula and director Luciana Ferreira, who were re-elected for another term, gave thanks to board members of the previous management, André Julião, Paulo Bosísio and Paulo de Tarso Meinberg (the latter absent due health problem). “The Brokers Club is an institution that honors our broker profession and that has given us so much joy”, said Calegari. *(Text: Márcia Alves)*

Papel social e econômico do seguro

Social and economic role of insurance



CNSEG/DIVULGAÇÃO

Paulo Tafner, no púlpito, observado pela presidente da FenaSaúde, Solange Beatriz, o presidente da FenaPrevi, Edson Franco, e a jornalista Flávia de Oliveira
Paulo Tafner on tribune observed by Solange Beatriz FenaSaúde's president, Edson Franco FenaPrevi's president and journalist Flávia de Oliveira

EM 26 DE outubro, a Confederação Nacional das Seguradoras (CNseg) promoveu um amplo debate sobre temas do cenário socioeconômico brasileiro, nos quais o setor de seguros atua ativamente. Em pauta, os desafios trazidos pela longevidade populacional e a necessidade de formação de poupança. Realizado em parceria com o Estúdio Folha, o 1º Seminário Nacional de Educação em Seguros reuniu um público de cerca de 200 pessoas no auditório da Unibes Cultural.

Durante a abertura do evento, o presidente da CNseg, Marcio Coriolano, afirmou que o principal projeto do triênio da sua gestão é colocar, o mercado de seguros no centro das políticas econômicas (ou públicas) do país, tendo em vista seu poder de vir a ser um dos principais motores para o crescimento sustentável, se incentivado. Coriolano lembrou que, com uma receita arrecadada de R\$ 365 bilhões em 2015, o mercado de seguros brasileiro representou 45% dos prêmios gerados na América Latina, no ano passado, tornando-se o primeiro do ranking regional e o 13º no pódio mundial.

O impacto do envelhecimento populacional na previdência e na assistência à saúde norteou o painel de abertura do evento. O debate, que teve como tema “O desafio da longevidade para a economia brasileira”, contou com a participação do economista e presidente do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea), Paulo Tafner, da presidente da Federação Nacional de Saúde Suplementar (FenaSaúde), Solange Beatriz Palheiro Mendes,

ON OCTOBER 26, the National Confederation of Insurance (CNseg) promoted a broad debate on issues of the Brazilian socioeconomic scenario, in which the insurance industry actively operates. On the agenda, the challenges posed by population longevity and the need for savings formation. Conducted in partnership with Studio Folha, the 1st National Education Seminar in Insurance gathered an audience of about 200 people in the auditorium of the Cultural Unibes. During the opening ceremony, the president of CNseg, Marcio Coriolano, said the main triennial project of his management is to put the insurance market in the center of economic policies (or public) in the country in view of its power to come to be a major driver for sustainable growth, if encouraged. Coriolano recalled that, with a R\$ 365 billion revenue collected in 2015, the Brazilian insurance market accounted for 45% of premiums generated in Latin America last year, the first becoming the regional ranking and 13th in the world podium.

The impact of population aging on pensions and health care guided the event's opening panel. The debate, which had the theme “The challenge of longevity for the Brazilian economy”, with the participation of the economist and president of the Institute of Applied Economic Research (IPEA), Paulo Tafner, the president of the National Health Federation (FenaSaúde) Solange Beatriz Palheiro Mendes, and the

e do presidente da Federação Nacional de Previdência Privada e Vida (FenaPrevi), Edson Franco.

O presidente do Ipea expôs a urgência de uma reforma da Previdência por meio de números: na década de 1980, o Brasil contava com 66 milhões de pessoas em idade ativa e 7,2 milhões de idosos. Em 2010, eram 126 milhões em idade ativa e 19,6 milhões de pessoas com mais de 60 anos, e as projeções apontam que em 2050 chegaremos a 128 milhões de brasileiros com idade entre 15 e 59 anos e uma população de idosos de 66,5 milhões. “O número de idosos será 3,4 vezes maior do que era em 2010, e teremos 3,6 milhões com 90 anos e mais de 300 mil centenários”, alertou.

“As futuras gerações estarão condenadas à pobreza”, concluiu, chamando a atenção para a assistência à saúde e o envelhecimento da população, que em 15 anos aumentou as despesas em 1,7 pontos percentuais do PIB, ressaltou Tafner. Essa opinião é compartilhada pela presidente da FenaSaúde, Solange Beatriz. “Nos últimos dez anos, o número de beneficiários com 60 anos ou mais cresceu 55%, enquanto a população entre zero e 19 anos manteve um crescimento de apenas 25,9%”, explicou.

Previdência e capitalização

O presidente da FenaPrevi, Edson Franco, fez um alerta sobre a crise da razão de dependência no Brasil, que é a relação entre a população inativa e a potencialmente ativa. De acordo com o executivo, em 50 anos essa relação irá passar de 10% para 60%. “Na França essa relação será de 19% para 40%. Esse ritmo está muito acelerado no nosso país, que está envelhecendo antes de ter ficado rico”.

No segundo painel do evento, o diretor do Centro de Políticas Sociais da Fundação Getúlio Vargas (FGV), Marcelo Neri, destacou que a capitalização pode exercer um papel fundamental para ajudar as pessoas a incorporarem o hábito de poupar. O Brasil tem 56% da população com acesso a uma instituição financeira. No entanto, quando se analisa o volume de empréstimos, o percentual cai para 6% e apenas 10% tem poupança, índices abaixo da média mundial de 9% e 22%, respectivamente.

Já o presidente da FenaCap, Marco Barros, destacou a importância do segmento está em dar às famílias o sentido maior do hábito de poupar. “É importante criar uma reserva financeira, e o produto de capitalização permite mitigar momentos de crise, como o que estamos vivendo hoje, uma vez que é criado um estoque financeiro, com o bônus de concorrer a sorteios”, enfatizou Barros em sua fala, durante o painel. Para ele, a simplicidade do produto Capitalização é uma das razões que ajudam a educar a população para o hábito de poupar.

“Todo dia, 400 pessoas são contempladas por sorteio. É um círculo virtuoso. Pagamos e as pessoas colocam os valores na economia novamente. É o único segmento em que o sinistro é comemorado”, brincou Barros. (Fonte: CNseg)

president of the National Federation of Private Pension and Life (FenaPrevi), Edson Franco.

IPEA’s president exposed the urgency of pension reform by numbers: in the 1980s, Brazil had 66 million people of working age and 7.2 million seniors. In 2010, 126 million were of working age and 19.6 million people over 60 years, and forecasts indicate that by 2050 will reach 128 million Brazilians aged between 15 and 59 years and an elderly population of 66, 5 million. “The number of elderly will be 3.4 times higher than it was in 2010, and 3.6 million with 90 years and more than 300,000 centenarians”, he said.

“Future generations will be condemned to poverty,” he said, calling attention to the health care and the aging population, which in 15 years has increased spending by 1.7 percentage points of GDP, said Tafner. This opinion is shared by the president of FenaSaúde, Solange Beatriz. “Over the past decade, the number of beneficiaries aged 60 and over increased 55%, while the population between zero and 19 years maintained a growth of only 25.9%”, she explained.

Pension plan and premium bonds

The president of FenaPrevi, Edson Franco, has warned about the dependency ratio crisis in Brazil, which is the ratio between the inactive and potentially active population. According to the executive, in 50 years this ratio will rise from 10% to 60%. “In France this ratio is 19% to 40%. This rhythm is very fast in our country, which is getting older before having become rich”.

In the event’s second, the director of the Center for Social Policies at the Getúlio Vargas Foundation (FGV), Marcelo Neri, said that the capitalization can play a key role in helping people to incorporate the habit of saving. Brazil has 56% of the population with access to a financial institution. However, when analyzing the volume of loans, the percentage drops to 6% and only 10% have savings rates below the world average of 9% and 22%, respectively.

The president of FenaCap, Marco Barros, stressed the importance of the segment is to give families the greatest sense of the habit of saving. “It is important to create a financial reserve, and the premium bonds product can mitigate a crisis like we are living today, as it is created a financial stock, with the bonus of running the sweepstakes”, emphasized Barros in his speech, during the panel. For him, the simplicity of the premium bonds product is one of the reasons that help to educate the public to the habit of saving.

“Every day, 400 people win the sweepstakes. It’s a virtuous circle. We pay and the people put the values in the economy again. It is the only segment in which a claim is celebrated”, joked Barros. (Source: CNseg)

Expansão garantida

Guaranteed expansion



Executivos das duas companhias uniram forças e constituíram uma empresa líder no mercado de seguros de grandes riscos no Brasil
Executives of the two companies joined forces and formed a leader in the insurance markets of large risks in Brazil

UMA PARCERIA DE grande envergadura. A Swiss Re Corporate Solutions, braço de seguro comercial do Grupo Swiss Re, e a Bradesco Seguros, empresa controlada pelo Banco Bradesco, assinaram recentemente contratos definitivos, segundo os quais a Bradesco Seguros irá aportar sua carteira comercial de grandes riscos na Swiss Re Corporate Solutions Brasil Seguros S.A. (SRCSB). Os contratos incluem o acesso exclusivo da SRCSB à rede de distribuição da Bradesco Seguros. Com o fechamento da transação, a Bradesco Seguros assumirá 40% da participação acionária na SRCSB, enquanto a Swiss Re Corporate Solutions reterá 60% de participação. Como resultado da integração, a SRCSB se tornará uma das líderes no mercado de seguros comerciais de grandes riscos no Brasil. A rede de distribuição da Bradesco Seguros é composta por mais de 4.600 agências do Banco Bradesco em todo o

A MAJOR PARTNERSHIP. Swiss Re Corporate Solutions, Swiss Re Group commercial insurance arm, and Bradesco Seguros, a company controlled by Banco Bradesco, recently signed definitive agreements according to which Bradesco Seguros will contribute its commercial portfolio of large risks on Swiss Re Corporate Solutions Brasil SA (SRCSB). The contracts include exclusive access SRCSB to the distribution network of Bradesco Seguros. This transaction, Bradesco Seguros will provide 40% equity interest in SRCSB while Swiss Re Corporate Solutions will retain a 60% stake. As a result of integration, SRCSB will become one of the leading commercial insurance markets of large risks in Brazil. The Bradesco Seguros distribution network consists of more than 4,600 branches of Banco Bradesco throughout the country, with about 40,000 registered brokers

País, com cerca de 40 mil corretores e agentes de seguros cadastrados na companhia. Como parte da transação, a equipe de profissionais da Bradesco Seguros, responsável pelo negócio de grandes riscos em São Paulo e no Rio de Janeiro, irá integrar a SRCSB.

O CEO da Swiss Re Corporate Solutions e membro do Comitê Executivo do Grupo Swiss Re, Agostino Galvagni comenta: “Temos grande satisfação em unir forças com a Bradesco Seguros para criar uma das cinco maiores seguradoras comerciais de grandes riscos no mercado nacional. O contrato contribui para a execução da nossa estratégia de expandir nossa plataforma e fortalecer nossa posição de mercado na América Latina”. Em sua análise, o conhecimento local e os canais de distribuição da Bradesco Seguros, somados à capacidade e expertise global de subscrição da Swiss Re, permitirá a entrega de produtos de primeira linha aos clientes brasileiros e internacionais.

Rudolf Flunger, global head regions da Swiss Re Corporate Solutions, disse: “Estamos felizes em anunciarmos esta parceria. Nosso foco será em crescimento de receita. Somos um dos principais players na área de grandes riscos no mundo todo e o contrato contribui para a execução da nossa estratégia de expandir nossa plataforma e fortalecer nossa posição de mercado na América Latina”.

Para o presidente do Grupo Bradesco Seguros, Randal Luiz Zanetti, a transação confirma a visão estratégica da Bradesco Seguros “de proporcionar a seus clientes o maior e melhor leque de produtos em todas as linhas de seguros”. A escolha da parceria com a Swiss Re Corporate Solutions está alinhada com a estratégia da Bradesco Seguros na medida em que agrega ainda mais expertise e amplitude. “Nossa participação relevante na joint venture, reforça nossa convicção de que o seguro de grandes riscos é um negócio promissor no Brasil”, ressaltou Zanetti.

Avanço no ranking de grandes riscos

Com a associação, que nasce com cerca de R\$ 800 milhões em prêmios, considerando dados de 2015, a Bradesco avança no ranking de grandes riscos no Brasil, na contramão das competidoras nacionais, que têm deixado o setor. “A Swiss Re Corporate Solutions Brasil será a plataforma exclusiva das Partes para explorar os produtos de Seguros de Grandes Riscos no Brasil”, considera o diretor-executivo gerente e de Relações com Investidores do Bradesco, Luiz Carlos Angelotti.

O valor do negócio não foi revelado, mas a operação é estimada em R\$ 750 milhões. A empresa salta da oitava para a terceira posição, conforme números de 2015 da Superintendência de Seguros Privados (Susep). Fica atrás somente da Chubb Seguros, com R\$ 1,7 bilhão, e da BB Mapfre, líder, com R\$ 2,7 bilhões. Com a parceria, a Swiss Re terá acesso exclusivo à carteira da Bradesco Seguros e seu canal de distribuição pelo prazo de 20 anos, conforme acordo de acionistas, prazo esse que pode ser estendido automaticamente por mais duas décadas. A conclusão da transação está sujeita à aprovação das autoridades competentes e demais condições precedentes usuais.

and insurance agents in the company. As part of the transaction, the team of professionals of Bradesco Seguros, responsible for the business of large risks in São Paulo and Rio de Janeiro, will integrate SRCSB.

The CEO of Swiss Re Corporate Solutions and member of the Executive Committee of Swiss Re Group, Agostino Galvagni comments: “We are pleased to join forces with Bradesco Seguros to create one of the five largest commercial insurance of large risks in the domestic market. The agreement contributes to the implementation of our strategy to expand our platform and strengthen our market position in Latin America”. In his analysis, local knowledge and distribution channels of Bradesco Seguros, added capacity and global expertise underwriting of Swiss Re, will allow the delivery of first-rate products to Brazilian and international clients. Rudolf Flunger, Global Head Regions of Swiss Re Corporate Solutions, said: “We are happy to announce this partnership. Our focus will be on revenue growth. We are one of the leading players in the high risk area worldwide and the agreement contributes to the implementation of our strategy to expand our platform and strengthen our market position in Latin America”. The president of Grupo Bradesco Seguros, Randal Luiz Zanetti, the transaction confirms the strategic vision of Bradesco Seguros “to provide its customers the largest and best range of products in all lines of insurance”. The choice of partnership with Swiss Re Corporate Solutions is aligned with the Bradesco Seguros strategy in that it adds even more expertise and breadth. “Our significant stake in the joint venture reinforces our conviction that the large risks insurance is a promising business in Brazil”, said Zanetti.

Advance in the ranking of major risks

With the association, which rises to about R\$ 800 million in premiums, considering 2015 data, Bradesco advances in the ranking of major risks in Brazil, against national competitors, who have left the sector. “Swiss Re Corporate Solutions Brasil will be the exclusive platform of the Parties to explore the Great Risk Insurance products in Brazil, “accounts manager executive director and Bradesco Investor Relations, Luiz Carlos Angelotti.

The value of the deal was not disclosed, but the transaction is estimated at \$ 750 million. The company jumps from eighth to third position as number 2015 of the Superintendence of Private Insurance (Susep). It is second only to Chubb Insurance, with R\$ 1.7 billion, and BB Mapfre, leader, with R\$ 2.7 billion. With the partnership, Swiss Re will have exclusive access to the portfolio of Bradesco Seguros and its distribution channel for a period of 20 years, as a shareholders’ agreement, this period can be automatically extended for another two decades. Completion of the transaction is subject to approval of the competent authorities and other customary conditions.

Discrepância salarial e de cargos

Gap in salaries and positions



DOUGLAS ASARIAN

Patrícia Freitas, Nélia Soares, Maria Helena Monteiro, Cynthia Betti e Patrícia Coimbra: painel sobre as melhores práticas de incentivo às carreiras femininas
 Patrícia Freitas, Nélia Soares, Maria Helena Monteiro, Cynthia Betti and Patrícia Coimbra: panel on best practices for encouraging women's careers

HÁ UMA REALIDADE típica do mercado: o salário médio das mulheres que atuam no setor de seguros corresponde a 72% da receita obtida pelos homens. Nas companhias, elas recebem salário médio de R\$ 5.371, enquanto o rendimento feminino gira em torno de R\$ 3.858. Os números fazem parte do 2º Estudo Mulheres no Mercado de Seguros no Brasil, realizado pela Escola Nacional de Seguros. Seus resultados foram divulgados no dia 26 de outubro, em evento na unidade da instituição em São Paulo. As atividades foram conduzidas pelos coordenadores da pesquisa – a diretora de Ensino Técnico da Escola, Maria Helena Monteiro e o economista e consultor Francisco Galiza.

O estudo traz dados sobre a condição feminina e o contexto econômico, cenário mundial e brasileiro, comportamento, produtos e números do mercado. O trabalho utilizou questionários e entrevistas, avaliações de indicadores sociais e econômicos e comparações com outros setores.

No ano 2000, a participação feminina em seguradoras era de 49% e, em 2015, subiu para 56%. Além da discrepância salarial, a pesquisa evidenciou a diferença de cargos entre os gêneros. Apesar de serem maioria no mercado, as mulheres ocupam apenas 28% dos cargos executivos. Em nível de gerência, 61% são homens e

THIS IS A typical market reality: the average women's salary working in the insurance industry accounts for 72% of the revenue earned by men. In companies, men receive an average salary of R\$ 5,371.00, while the women's income is around R\$ 3,858.00. The figures are part of the 2nd Women's Study in the Brazilian Insurance Market, held by the National School of Insurance. Results published on October 26, at an event held at the institution in São Paulo. Activities were conducted by research coordinators: Technical Education School's director, Maria Helena Monteiro and economist and consultant Francisco Galiza.

The study provides data on women status in the economic context, worldwide and Brazilian, for behavior, products and market numbers. The study used questionnaires and interviews, reviews of social and economic indicators and comparisons with other sectors.

In 2000, women's participation in insurance was 49% and in 2015, rose to 56%. In addition to the wage gap, the research showed the difference in positions between genders. Despite being majority in the market, women occupy only 28% of executive positions. At management level, 61% are men and 39% women. In companies, men are 3.5 times more likely to occupy an executive position.

39%, mulheres. Nas companhias, os homens têm 3,5 vezes mais chances de ocupar um cargo executivo.

Segundo Maria Helena Monteiro, o trabalho apontou que a diferença entre os gêneros não é determinada pela maternidade e nem por questões de formação educacional. “Há até uma maior qualificação das mulheres, mas elas escolhem profissões menos arrojadas, com menos propensão ao risco”. No evento, a executiva destacou que a situação continua similar à do estudo anterior, feito em 2013.

A diretora acredita que o cenário demonstra estagnação e pode estar chegando ao limite: as mulheres assumem responsabilidade desproporcional em atividades não remuneradas. Em média, elas dedicam diariamente, em trabalhos domésticos, de uma a três horas a mais do que os homens, e de duas a dez vezes mais o tempo dedicado a crianças, idosos e doentes. Entre as entrevistadas, 85% concordam que é difícil conciliar trabalho e família.

Maria Helena acredita que uma mudança pode surgir com a nova geração de profissionais, que sente a influência das mães independentes. “As mulheres não precisam de políticas específicas de promoção, mas devem ocupar cargos por meritocracia e sem discriminação”, afirma.

De acordo com o consultor Francisco Galiza, as profissionais femininas são boas vendedoras de seguros, devido à capacidade de desenvolver relacionamentos de longo prazo. Outro dado importante é que as mulheres são consumidoras de seguros em potencial porque compram proteção para si mesmas, maridos, filhos e pais. “Em 2013, os prêmios de seguros para mulheres foram de US\$ 770 bilhões. Até 2030 esse valor deve dobrar”, apontou Galiza.

Também presente ao evento, o presidente da Escola, Robert Bittar, acredita que a evolução da presença feminina no mercado de trabalho é intensa e aconteceu em curto prazo. “No setor de seguros lidamos com relações de confiança e sabemos que as mulheres humanizam as relações”, disse.

O encontro contou, ainda, com a participação de quatro executivas de seguradoras, que participaram de painel sobre as melhores práticas de incentivo às carreiras femininas. A vice-presidente de Parcerias Comerciais na Prudential, Patrícia Freitas, afirmou que a empresa registrou aumento de 32% de clientes mulheres no último ano. Para a diretora de Recursos Humanos da AIG Brasil, Nélia Soares, a companhia acredita que as diversas experiências e estilos dos funcionários são enriquecedores.

Já a diretora de RH do Grupo Segurador Banco do Brasil e Mapfre, Cynthia Betti, afirmou que a empresa oferece condições para as mulheres conseguirem alcançar suas metas. “Ambientes diversificados são mais produtivos e, consequentemente, mais rentáveis”, destacou. Já na SulAmérica, a estratégia é manter todas as decisões de sucessão e de recrutamento em colegiados. Segundo a diretora de RH e Sustentabilidade da companhia, Patrícia Coimbra, hoje a empresa mantém 20% de mulheres na diretoria e no comitê executivo.

According to Maria Helena Monteiro, the work shows that the difference between genders is not determined by motherhood and not for reasons of educational training. “There’s even more qualified women, but they choose less bold professions with less propensity to risk”. In the event, the executive pointed out that the situation remains similar to the previous study, done in 2013.

The director believes that the scenario demonstrates stagnation and may be reaching the limit: women take disproportionate responsibility for unpaid activities. On average, they spend daily on housework, from one to three hours more than men, and two to ten times more time devoted to children, elderly and sick. Among the respondents, 85% agree that it is difficult to reconcile work and family.

Maria Helena believes that a change may come with the new generation of professionals who feel the influence of independent mothers. “Women do not need specific policies to promote, but should hold office for meritocracy and without discrimination”, she said.

According to consultant Francisco Galiza, female professionals are good insurance salespeople, due to the ability to develop long-term relationships. Another important fact is that women are potential insurance consumers because they buy protection for themselves, husbands, children and parents. “In 2013, the insurance premiums for women were US\$ 770 billion. By 2030 this figure is expected to double”, pointed Galiza.

Also at the event, the School’s president, Robert Bittar, believes that the evolution of the female presence in the labor market is intense and is taking place in the short term. “In the insurance industry we deal with trust and know that women humanize relations”, he said.

The meeting was attended by four executive insurers who participated in panel on best practices for encouraging women’s careers. The vice president of Commercial Partnerships at Prudential, Patrícia Freitas, said the company increased by 32% of women clients in the last year. For the director of Human Resources at AIG Brasil, Nélia Soares, the company believes that the different experiences and styles of employees are enriching.

HR director of the insurance Group Banco do Brasil and Mapfre, Cynthia Betti, he said the company provides conditions for women achieving their goals. “Diversified environments are more productive and therefore more profitable”, he said.

For SulAmérica, the strategy is to keep all succession decisions and recruitment boards. According to the director of HR and Sustainability of the company, Patrícia Coimbra, today the company has 20% of women on the board and executive committee.

PASI MARCA PRESENÇA NO XVII CONEC

Foi a sua primeira participação no XVII Congresso dos Corretores de Seguros (Conec). O Plano Social de Amparo Imediato (Pasi), o primeiro seguro popular do Brasil, marcou presença com toda sua equipe comercial e diretoria durante os três dias do evento e recebeu em seu estande um grande número de congressistas. “Estamos criando serviços que atendam e fidelizam o cliente e suas necessidades”, afirma o idealizador e presidente Alaor Silva. O Pasi atua junto aos sindicatos oferecendo proteção aos trabalhadores em momentos de maior necessidade. Pioneiro no mercado, o produto, segundo Alaor, foi capaz de democratizar o seguro de vida, que, até então, era privilégio das classes mais favorecidas.

TECNOLOGIA À DISPOSIÇÃO DAS EMPRESAS

A **Tex Soluções em Tecnologia** é uma empresa que atende às necessidades das corretoras brasileiras, propiciando agilidade na concretização dos negócios. “Falando de uma forma direta e objetiva, sem complicar o conceito, fazemos os corretores perceberem que o impossível é simplesmente o que ninguém se dispôs a fazer”, ressalta o presidente da empresa, Omar Ajame. Ele possui a convicção de que o setor deveria olhar mais com carinho os dispositivos tecnológicos à disposição, “pois todos os mercados estão evoluindo ou sendo revolucionados por meio da tecnologia”. Contudo, Ajame adverte que isso não significa abandonar estratégias bem-sucedidas, mas sim adaptá-las e torná-las ainda mais ágeis e eficientes.

VALORIZAÇÃO DO CANAL CORRETOR

Outra importante organização presente no XVII Conec foi o Grupo Sompo Seguros, que mostrou aos visitantes as ações realizadas para reforço da nova marca junto aos corretores, com destaque para a atual campanha publicitária. “Fortalecer o relacionamento é a sobrevivência para qualquer seguradora e, sobretudo, para nós que dependemos totalmente do canal corretor. Se ele estiver bem, a Sompo estará bem” reforçou o diretor comercial da Sompo Seguros de São Paulo, Wilson Lima. Para o diretor-executivo comercial, Fernando Grossi, a companhia priorizou o conforto de quem visitou o estande. “O evento cumpriu o papel de ser um ponto de encontro dos corretores”.

PREVISUL ANUNCIA NOVA DIRETORA

A **Previsul Seguradora** apresentou ao mercado a nova diretora de Negócios, Andreia Araújo, que também atua na área de Marketing Nacional da empresa. Com formação em Direito e pós-graduação MBA em Gestão de Pessoas e Gestão Comercial, possui 16 anos na companhia, onde já atuou como gerente de contas, gerente da Sucursal RS, superintendente regional e nacional. Segundo Andreia, a empresa proporcionou a oportunidade de viver várias fases dentro de uma mesma companhia. “A Previsul tem atuação tradicional e centenária e percebo que agora está passando por um processo de reestruturação e de desenvolvimento”, disse.

PASI BRAND PRESENCE IN THE XVII CONEC

It was her first participation in the Congress of Insurance Brokers (Conec). The Amparo Imediato Social Plan (Pasi), Brazil's first popular insurance, was present with all its commercial and management team during the three days of the event and received a large number of participants at its booth. “We are creating services that meet and retain client's loyalty and their needs”, says the idealizer and president Alaor Silva. Pasi works with unions to provide protection to workers at times of greatest need. A pioneer in the market, the product, according to Alaor, was able to democratize life insurance, which until then was the privilege of the most favored classes.

TECHNOLOGY AVAILABLE FOR COMPANIES

Tex Soluções em Tecnologia is a company that meets the needs of Brazilian brokerage firms, providing agility in the execution of business. “Speaking in a straight forward and objective way, without complicating the concept, we make the brokers realize that the impossible is simply what nobody was willing to do”, says the company's CEO, Omar Ajame. He is convinced that the industry should look more fondly at the technological devices available, “because all markets are evolving or being revolutionized through technology”. However, Ajame warns that this does not mean abandoning successful strategies, but adapting them and making them even more agile and efficient.

VALORIZATION OF THE BROKER CHANNEL

Another important organization present at the XVII Conec was Grupo Sompo Seguros, which showed the visitors the actions taken to reinforce the new brand with the brokers, highlighting the current advertising campaign. “Strengthening the relationship is the survival for any insurer and, above all, for us depending entirely on the broker channel. If he's doing well, Sompo will be fine”, said Wilson Lima, commercial director of São Paulo at Sompo Seguros. For the commercial executive director, Fernando Grossi, the company prioritized the comfort of those who visited the stand. “The event in fulfilled the role of being a meeting point for brokers”.

PREVISUL ANNOUNCES NEW DIRECTOR

Previsul Seguradora presented to the market the new Director of Business, Andreia Araújo, who also works in the company's area of National Marketing. With a law degree and a post-graduate MBA in People Management and Business Management, she has been in the company for 16 years, working as account manager, Branch Manager RS, regional and national superintendent. According to Andreia, the company provided the opportunity to live several phases within the same company. “Previsul has a traditional and centenary performance and I realize that now it is undergoing a process of restructuring and development”, she said.



SODRÉ SANTORO
Leiloeiro Oficial

LEILÕES DE SEGUNDA À SÁBADO

Veículos • Equipamentos Industriais • Imóveis
Informática • Eletrodomésticos • Eletrônicos
Móveis para casa e escritório

LEILÕES AO VIVO

Transmissão de áudio e vídeo em tempo real
Média de 45 segundos por lote vendido

LEILÕES JUDICIAIS

Gestor do Tribunal de Justiça do Estado de
São Paulo com auditório exclusivo na
CASA SODRÉ SANTORO
Av. Brasil, 478 - Jardim Paulista / SP



PÁTIOS SODRÉ SANTORO

- São Paulo (SP) • Guarulhos (SP) • Monte Mor (SP)
- Ribeirão Preto (SP) • Bauru (SP) • Curitiba (PR)



Veículos



Imóveis



Leilões Diários



Judiciais



Materiais

Confira todas as oportunidades no site
www.sodresantoro.com.br

Ligue: 11 2464-6464 |  @sodresantoro | facebook.com/sodresantoro



revista

INSURANCE CORP

www.insurancecorp.com.br

A revista bilingue voltada ao seguro corporativo

Mais informações: www.insurancecorp.com.br



A bilingual publication dedicated to the corporate insurance market

+ info@ www.insurancecorp.com.br