

2014



Relatório de Responsabilidade Social e de Sustentabilidade

Mercado Segurador Brasileiro



sustentabilidade
em seguros

Buscando minimizar o impacto ambiental desta publicação, todas as tintas utilizadas na impressão são de base vegetal, a laminação da capa é biodegradável e o papel é de origem certificada.



2014

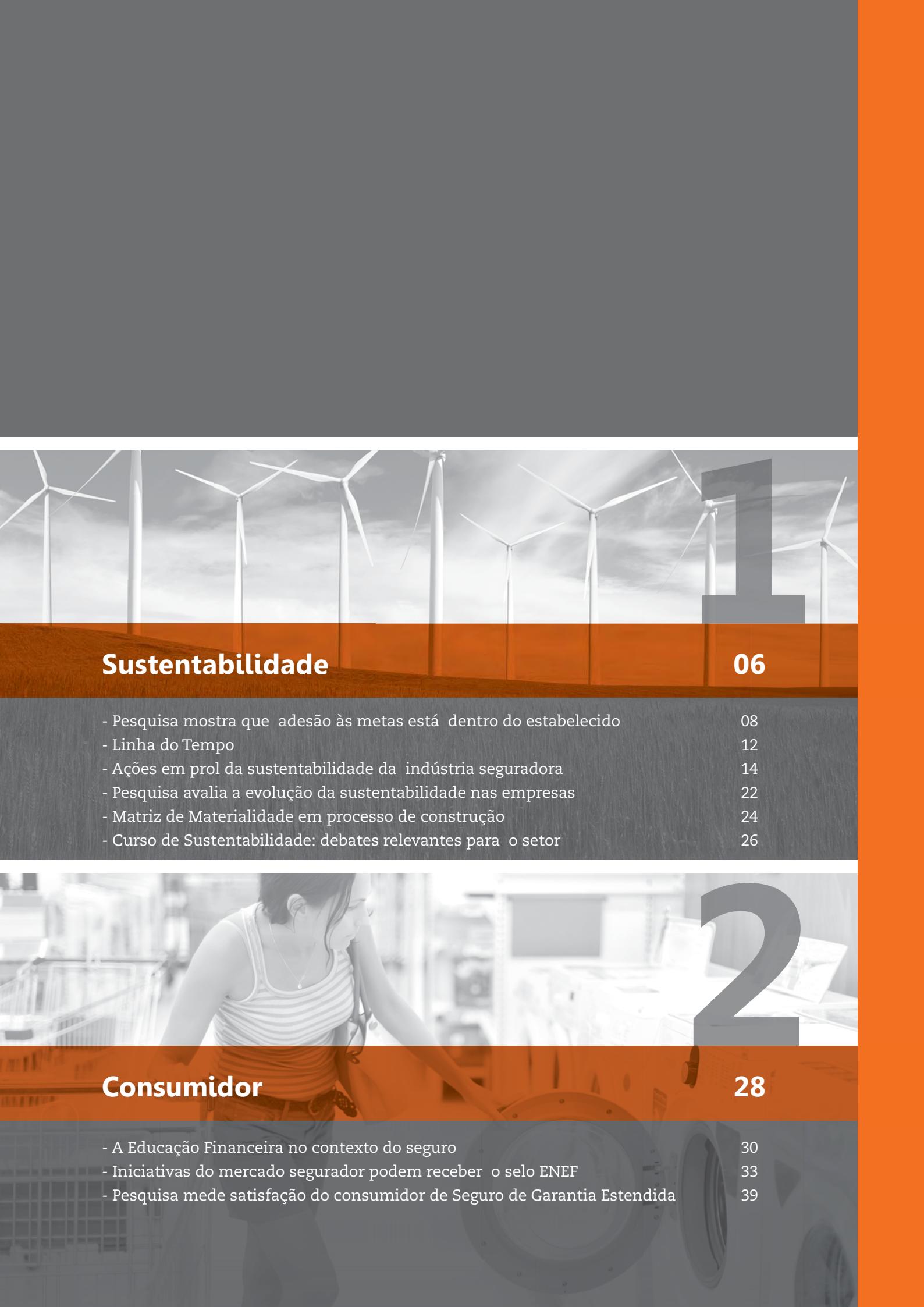
Relatório de Responsabilidade Social e de Sustentabilidade

Mercado Segurador Brasileiro



CNseg

Confederação Nacional das Empresas
de Seguros Gerais, Previdência Privada e
Vida, Saúde Suplementar e Capitalização



Sustentabilidade

06

- Pesquisa mostra que adesão às metas está dentro do estabelecido 08
- Linha do Tempo 12
- Ações em prol da sustentabilidade da indústria seguradora 14
- Pesquisa avalia a evolução da sustentabilidade nas empresas 22
- Matriz de Materialidade em processo de construção 24
- Curso de Sustentabilidade: debates relevantes para o setor 26

Consumidor

28

- A Educação Financeira no contexto do seguro 30
- Iniciativas do mercado segurador podem receber o selo ENEF 33
- Pesquisa mede satisfação do consumidor de Seguro de Garantia Estendida 39



Responsabilidade Social

40

- Ações socialmente responsáveis e de sustentabilidade incorporadas à rotina das seguradoras brasileiras 42
- O comprometimento das empresas com a Responsabilidade Social 52
- Atuação das Empresas e Entidades 54

O Seguro e a Sociedade

150

- Preservação de bens, renda e saúde das famílias 152
- RH: valorização das pessoas é fator estratégico 154

Os Segmentos

164

- Números que sustentam o bom desempenho dos segmentos 166
- Segmento de Seguros Gerais 168
- Segmento de Pessoas 170
- Segmento de Saúde Suplementar 172
- Segmento de Capitalização 182

4

5



A **Responsabilidade Social** e o aprimoramento da **Governança Corporativa** no **mercado segurador**

INOVAR PARA TRANSFORMAR relações, processos, produtos e serviços. Esta tem sido a diretriz que vem norteando as operações das seguradoras brasileiras ao longo dos anos, diante da necessidade, cada vez mais premente, de se conjugar inovação e engajamento aos princípios de sustentabilidade e de responsabilidade social no cotidiano de seus negócios. Nesse sentido, como representante do setor, a CNseg tem intensificado as ações de estímulo às companhias, por meio do trabalho realizado por suas comissões temáticas, campanhas institucionais e parcerias com instituições governamentais e privadas. Em todo o país, o conjunto de ações realizadas pelas empresas seguradoras, nos âmbitos social e ambiental, está intrinsecamente ligado ao resultado da adoção das melhores práticas em governança corporativa, a qual contribui, de forma crescente, para o fortalecimento da imagem e reputação do setor.

Um bom exemplo desse engajamento por parte das empresas foi o avanço expressivo, em 2014, no cumprimento das metas estabelecidas pelos Princípios para a Sustentabilidade em Seguros – PSI. A esse respeito, o trabalho da Comissão de Sustentabilidade da CNseg, por meio de seus respectivos Grupos de Trabalho, tem sido fundamental para o assessoramento, troca de experiências, reflexões e debates em relação ao tema, estimulando e fomentando, dessa forma, a adoção das melhores práticas em questões de cunho ambiental, social e de governança pelas empresas do setor.



Marco Antonio Rossi

Presidente da CNseg

As campanhas e eventos das seguradoras voltados para a educação financeira, por sua vez, consolidaram-se, em 2014, como resultado da ampliação dos canais de diálogo com a sociedade e o fortalecimento das articulações entre o setor público e privado e dos órgãos reguladores. A CNseg, como uma das integrantes do Comitê Nacional de Educação Financeira – CONEF, o qual conta também com órgãos e entidades públicas como o Ministérios da Fazenda, da Educação, da Previdência Social, da Justiça, a Comissão de Valores Mobiliários – CVM, Superintendência Nacional de Previdência Complementar – Previc, Superintendência de Seguros Privados – Susep, a BM&FBOVESPA S.A, a Associação Brasileira das Entidades do Mercado Financeiro e de Capitais – Anbima e a Federação Brasileira de Bancos – FEBRABAN, coordenou eventos, desenvolveu publicações e ações lúdicas, como teatro e jogos com a temática do seguro, em parcerias com as empresas e as Federações que integram a Confederação.

Sempre em linha com o seu planejamento estratégico, o objetivo das ações de educação financeira promovidas pela CNseg e demais agentes do setor é aumentar o conhecimento, a confiança, o poder de decisão e a compreensão dos consumidores sobre o universo do Seguro, da Previdência Complementar Aberta, da Saúde Suplementar e da Capitalização. Esta e outras muitas vertentes de trabalho do mercado segurador serão apresentadas nas páginas a seguir do Relatório de Responsabilidade Social e de Sustentabilidade 2014.

Boa leitura!





Sustentabilidade

- Pesquisa mostra que adesão às metas está dentro do estabelecido
- Linha do Tempo
- Ações em prol da sustentabilidade da indústria seguradora
- Pesquisa avalia a evolução da sustentabilidade nas empresas
- Matriz de Materialidade em processo de construção
- Curso de Sustentabilidade: debates relevantes para o setor



PSI Princípios para Sustentabilidade em Seguros

ma estrutura e iniciativa global em sustentabilidade da
ativa Financeira do Programa das Nações Unidas para
o Ambiente

- Estimular clientes e fornecedores de divulgação ou relatório
- Seguradoras, resseguradoras
- Promover a adoção dos Princípios
- Apoiar a inclusão de questões ambientais, sociais e de governança

Princípio 3

Trabalharemos e
e outros públicos
sociedade sobre

Ações possíveis:

- Governos, órgãos internacionais e outras entidades
- Apoiar políticas de inovação e melhoria contínua
- Dialogar com a sociedade sobre questões ambientais, sociais e de governança

- Outros públicos
- Dialogar com os desenvolvedores de seguros
- Dialogar com os fornecedores de serviços de seguros
- Dialogar com os consumidores e outras partes interessadas
- Dialogar com os parceiros e fornecedores
- Dialogar com os parceiros e fornecedores

Princípio 4

Demanda
regulatória
Princípios

Ações:

Pesquisa mostra que adesão às metas está dentro do estabelecido

EM UMA PESQUISA REALIZADA pela CNseg com 20 empresas associadas, que representam 57% do total de prêmios arrecadados, foi revelado que três das quatro metas para a concretização dos Princípios para Sustentabilidade em Seguros – PSI, aprovadas em setembro de 2013 pelo Conselho Diretor da Confederação, foram alcançadas um ano antes do prazo previsto.

Segundo a diretora-executiva da CNseg, Solange Beatriz Palheiro Mendes, a pesquisa foi sugerida para medir a aderência das empresas às metas

dos PSI, a fim de direcionar os esforços para que sejam alcançadas até dezembro de 2015, e seu resultado foi surpreendente. "O levantamento mostra o alto grau de comprometimento dessas empresas de inserir nos seus processos de tomada de decisão as questões ambientais, sociais e de governança que sejam relevantes para a atividade em seguros", avalia.

Os Princípios para Sustentabilidade em Seguros abrangem três dimensões: Ambiental, Social e de Governança – ASG, estabelecidos pelo Programa

das Nações Unidas para o Meio Ambiente – Iniciativa Financeira – UNEP FI, em parceria com a indústria global de seguros, inclusive a CNseg, tendo sido lançados em 2012, durante o 48º Seminário Anual da IIS – *International Insurance Society*.

As participantes da pesquisa se autoanalisaram por níveis que variam de 1 (um), para as menos engajadas; a 5 (cinco), para as mais engajadas. A iniciativa possibilitou a obtenção de um diagnóstico preliminar, que ajudará a direcionar os esforços necessários para que as metas sejam alcançadas no prazo estabelecido: até 2015.

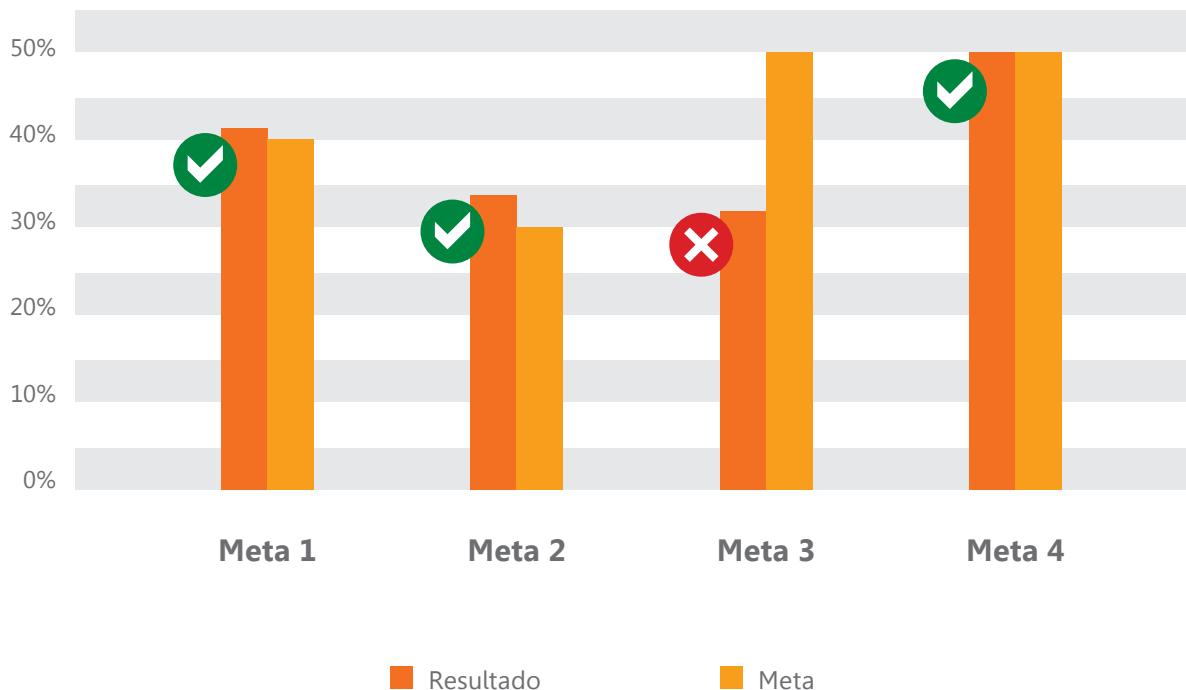
Os estágios 4 e 5 foram considerados como os níveis que correspondem à meta almejada. Apenas a amostra referente à Meta 3 está fora dos parâmetros estabelecidos. Veja o resultado de cada uma.



Os Princípios para Sustentabilidade em Seguros abrangem três dimensões: Ambiental, Social e de Governança – ASG, estabelecidos pelo Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente.



Gráfico – Resultado x Metas ▼



METAS PSI

1

40% das seguradoras integrarão as questões ASG na política de subscrição de riscos.

2

30% das seguradoras terão um programa de engajamento de corretores nas questões ASG.

ESTÁGIOS

1. Não insere aspectos ASG na avaliação de riscos.
2. Aponta para riscos ambientais no âmbito de seguros de Responsabilidade Civil.
3. Realiza pesquisas para integração de temas ASG no portfólio da empresa.
4. Integrou riscos oriundos de aspectos ASG em alguns dos produtos e serviços.
5. Integrou riscos oriundos de aspectos ASG na maioria produtos e serviços.

1. Não trata de temas ligados à sustentabilidade e responsabilidade social.
2. Disponibiliza informações específicas sobre aspectos ASG para sensibilizar corretores, via seus canais de comunicação ou cartilhas.
3. Dialoga com os corretores sobre os benefícios da gestão adequada de aspectos sociais, ambientais e de governança.
4. Desenvolve mecanismos para engajamento junto aos corretores, para a divulgação de seus produtos associados aos aspectos ASG junto aos clientes.
5. Estimula corretores a relatar as suas iniciativas relacionadas aos aspectos ASG, bem como os resultados obtidos.

RESULTADOS

■ 41,18% das empresas que participaram da pesquisa encontram-se nos estágios 4 e 5, demonstrando que a amostra está dentro dos parâmetros estabelecidos pela Meta.

■ 33,33% das seguradoras que participaram da pesquisa já alcançaram os estágios 4 e 5, o que revela que a amostra está dentro dos parâmetros estabelecidos pela Meta.

3

50% das seguradoras integrarão em suas políticas de responsabilidade social as políticas públicas oficiais dos governos municipais, estaduais e federal.

4

50% das seguradoras reportarão questões ASG.

1. Não participa, nem integra, as políticas públicas oficiais em suas práticas de responsabilidade socioambiental.
2. Está estudando meios de participar ou integrar as políticas públicas oficiais em suas práticas de responsabilidade socioambiental.
3. Participa de políticas públicas oficiais ocasionalmente, de maneira coordenada com sua política de responsabilidade socioambiental.
4. Integra diretrizes gerais relacionadas às políticas públicas oficiais em sua política de responsabilidade socioambiental.
5. Integra as políticas públicas oficiais em sua política de responsabilidade socioambiental como apoiadora ou patrocinadora.

1. Não publica nada em nenhum canal de comunicação sobre essas práticas.
2. Publica informações esporádicas quando for solicitado por um veículo de mídia.
3. Publica informações periódicas sobre o desempenho social e ambiental via seus canais de comunicação.
4. Publica anualmente um relatório específico sobre o progresso em relação a seu desempenho nas questões ASG.
5. Publica relatórios trimestrais de progresso, alinhados a seu desempenho econômico financeiro.

■ 32% das seguradoras que responderam à pesquisa encontram-se nos estágios 4 e 5, o que demonstra que, neste caso, a amostra está fora dos parâmetros estabelecidos pela Meta.

■ 50% das seguradoras que responderam às perguntas encontram-se nos estágios 4 e 5, o que comprova que a amostra está dentro dos parâmetros estabelecidos pela Meta.

Linha do Tempo da Sustentabilidade

A CNSEG PROMOVEU EVENTOS, apoiou e participou de várias iniciativas e discussões no âmbito da sustentabilidade, da proteção ao consumidor e da iniciativa financeira, ao longo de 2014. Conheça as principais ações.

12 MAR

Convênio com o ministério da ciência e tecnologia para a viabilização do projeto de georreferenciamento para o setor de seguros

Foi firmado um Acordo de Cooperação Técnica entre a CNseg e o Centro Nacional de Monitoramento e Alertas de Desastres Naturais – Cemaden, por intermédio do Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação para o desenvolvimento de ferramentas de georreferenciamento que mapeiem a ocorrência de desastres naturais no território brasileiro, com o apoio da Central de Serviços e Proteção ao Seguro – Ceser.

17 MAR a 16 ABR

Curso de sustentabilidade para o setor de seguros

Em mais uma ação para disseminar o entendimento e práticas de sustentabilidade, a CNseg ofereceu o Curso de Sustentabilidade para os profissionais da área de Seguros. A iniciativa contou com apoio da Escola Nacional de Seguros e resultou de uma parceria com a Fundação Getulio Vargas – FGV. Composto de dez encontros, o curso foi ministrado nas dependências da Escola, duas vezes por semana.

10 ABR

Forum de construção da matriz de riscos e oportunidades do setor de seguros, previdência privada e capitalização

Realizado em São Paulo, o evento contou com a presença de 68 participantes do setor, incluindo os presidentes das Comissões Temáticas da CNseg e das Federações associadas. As discussões do Fórum contribuirão para a construção de uma matriz de materialidade de sustentabilidade e na elaboração de um plano de engajamento do mercado segurador com seus *stakeholders*.

25 ABR

Conclusão da primeira etapa da pesquisa de doutorado relativa ao mercado segurador

A pesquisa de doutorado do acadêmico Flávio Nogueira, da COPPE/UFRJ, tem o objetivo de entender a situação do mercado segurador brasileiro, na expectativa de que os resultados indiquem diretrizes para o desenvolvimento de uma metodologia para análise de riscos climáticos e contribuam para a criação de novos produtos. A CNseg auxiliou o doutorando na aplicação de um questionário para o setor de seguros, finalizado em abril. Relatório disponível no Portal da CNseg

26NOV

28AGO

Produção e consumo sustentável

Promover e implementar práticas de produção e de consumo sustentáveis, incorporando o compromisso assumido pelo Brasil no Processo de Marrakesh (coordenado pelo Programa da ONU para o Meio Ambiente e por seu Departamento de Assuntos Econômicos e Sociais). Este foi o objetivo do seminário que reuniu órgãos dos governos federal, estaduais e municipais, entidades de classe e organizações não governamentais, além do setor produtivo e dos consumidores. A CNseg participou do evento, que propôs ações para o Brasil buscar, de forma planejada e sistemática, padrões sustentáveis de consumo e de produção nos próximos anos, com base no Plano de Ação para Produção e Consumo Sustentáveis – PPCS. O Plano articula as principais políticas ambientais e de desenvolvimento do País, complementando e buscando sinergia com as demais ações governamentais.



Acesse o site:
<http://sustentabilidade.cnseg.org.br/>

5AGO

Campanha de entendimento do seguro de garantia estendida

A CNseg lançou em Belo Horizonte/MG campanha para melhorar o entendimento do seguro Garantia Estendida, além de um hotsite dedicado ao seguro. O evento reuniu algumas das principais lideranças do mercado segurador e representantes das redes varejistas, seu principal canal de venda; do Ministério Público de Minas Gerais; e da Superintendência de Seguros Privados – Susep, entre outras entidades, na sede do Sindicato das Seguradoras de Minas Gerais, Goiás, Mato Grosso e do Distrito Federal.



Acesse o site da campanha:
<http://www.osegurogarantiaestendida.org.br/>

28AGO

Reunião com executivos do mercado e nick robins discute a sustentabilidade do sistema financeiro

O papel do setor de seguros como investidor institucional para a economia verde foi o mote da reunião promovida pela CNseg em sua sede, no Rio de Janeiro, entre executivos da indústria e o inglês Nick Robins, diretor da Pesquisa sobre Sistema Financeiro Sustentável elaborada pela UNEP e conduzida no Brasil pela Febraban.

Em sua apresentação, Nick Robins divulgou os principais pontos da pesquisa, intitulada "Alinhamento do Sistema Financeiro ao Desenvolvimento Sustentável". O documento objetiva identificar regulações e legislações de cunho socioambiental no âmbito de políticas públicas, inovações e melhores práticas do mercado, além de oportunidades de melhorias para a canalização de investimentos pelo setor financeiro em direção a uma economia mais sustentável.

Relatório disponível no Portal da CNseg

Entra no ar o novo site de sustentabilidade

Mais moderno, bonito, colaborativo e informativo, o novo site foi desenvolvido para as mais atuais tecnologias de internet, adaptando-se aos dispositivos móveis e proporcionando uma boa leitura em todos os tamanhos de tela. O ambiente virtual também ganhou novas áreas e um avançado sistema de busca de conteúdo, reforçando o compromisso da CNseg com a sustentabilidade, de importância vital para a atividade seguradora.



Ações em prol da sustentabilidade da indústria seguradora

DURANTE MAIS UM ANO, as seguradoras que integram a Comissão de Sustentabilidade da CNseg se debruçaram sobre os assuntos mais importantes da agenda de sustentabilidade do mercado. O foco principal foi o cumprimento das quatro metas para os Princípios de Sustentabilidade em Seguros – PSI, estabelecidas pelo Conselho Diretor da Confederação.

As metas representam o compromisso do mercado com a implementação dos PSI pelas empresas signatárias e servem de estímulo para que outras empresas, ainda não signatárias, comecem a integrar conceitos de sustentabilidade em suas operações.

Para mensurar a aderência das empresas às metas dos PSI e direcionar esforços para que elas sejam alcançadas até o prazo previsto, dezembro de 2015, a CNseg fez uma pesquisa com 20 empresas associadas. O resultado mostrou que três das quatro metas foram alcançadas um ano antes previsto.

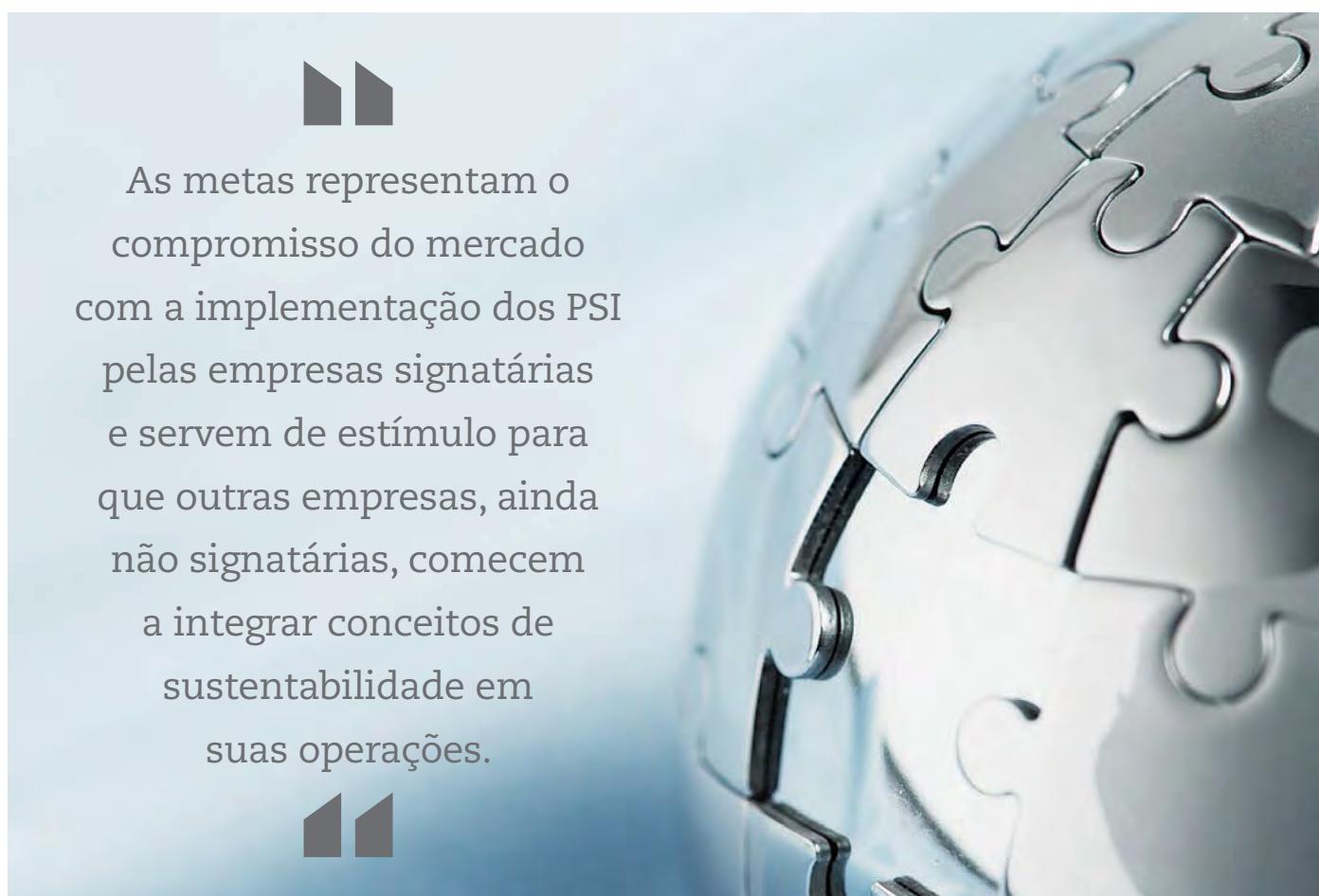
A Comissão de Sustentabilidade – CS, é responsável por assessorar a Confederação no engajamento do mercado segurador para o desenvolvimento sustentável. O trabalho da CS estimula a troca de experiências, o fomento à adoção das melhores práticas em questões de cunho ambiental, social e de governança pelas empresas do setor; e promove a adesão aos PSI.

Ao longo de 2014, a CS também forneceu suporte técnico ao pesquisador-doutorando Flávio Nogueira, que contou com o apoio institucional da CNseg para desenvolver a pesquisa científica do Programa de Planejamento Energético da Coppe/UFRJ, intitulada "Avaliação do grau de adoção de fatores de sustentabilidade, na gestão de risco, operações, relação com terceiros e investimentos pela indústria de seguros brasileira com detalhamento de questões relacionadas às mudanças climáticas globais". A CS participou da divulgação do questionário aplicado para a pesquisa.

A Comissão ainda contribuiu para o lançamento do novo hotsite de sustentabilidade da CNseg, que ganhou um layout mais interativo e passou a contar com a inserção de matérias de interesse das seguradoras.

Outra atuação de destaque da CS em 2014 foi a colaboração à pesquisa mundial sobre a construção de um Sistema Financeiro Sustentável, coordenada pelo Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente – UNEP, com o apoio da CNseg e da Federação Brasileira de Bancos – Febraban. As conclusões do estudo no Brasil foram apresentadas pela Febraban em evento realizado em São Paulo, em agosto.

Com o propósito de aprofundar as discussões sobre o papel do setor de seguros como investidor institucional para a economia verde, a CNseg promoveu, no mesmo mês, reunião com representantes do mercado e o diretor da UNEP FI, Nick Robins. O encontro também teve a participação de representante da Febraban.



A background photograph showing a person's hands. One hand is on a white keyboard, and the other is holding a smartphone. The image is partially obscured by a large, semi-transparent orange overlay.

Ações dos **Grupos de Trabalhos**

2014



GT Educação

Fruto de uma parceria entre a CNseg, a Fundação Getulio Vargas – FGV e a Escola Nacional de Seguros, foi ministrado nas dependências da Escola, no Rio de Janeiro, o Curso de Sustentabilidade para o Setor de Seguros, de 17 de março a 16 de abril, com a participação de 35 profissionais de seguradoras e resseguradoras, corretores de seguros e demais interessados.

Composto por dez encontros, o curso abordou os principais conceitos da sustentabilidade, contemplando disciplinas como fundamentos e princípios de sustentabilidade no setor empresarial; aspectos gerais do Direito Ambiental Brasileiro; políticas públicas; Política Nacional de Resíduos Sólidos; iniciativas e instrumentos internacionais e nacionais de adesão a condutas sustentáveis; estratégias para a sustentabilidade; e Comunicação e Marketing da sustentabilidade com as partes interessadas.

O corpo docente foi formado por professores da FGV e a elaboração do material didático contou com a supervisão da CNseg e da Escola, a fim de garantir que fossem contemplados temas atuais e relevantes para os profissionais do setor.



GT Matriz de Materialidade

A função do GT é dar apoio à empresa Resultante, consultoria contratada pela CNseg com o respaldo da CS, que responderá pela construção da matriz de materialidade para o mercado segurador. O trabalho é baseado no levantamento dos temas de sustentabilidade mais relevantes para o setor.

A matriz de materialidade servirá para mitigar riscos, identificar novas oportunidades de negócios e aperfeiçoar o compliance. O objetivo é impulsionar a adoção de práticas sustentáveis, proporcionando à sociedade benefícios diretos e indiretos.

Também faz parte do trabalho da Resultante apresentar um plano de ação para promover o engajamento dos *stakeholders* do mercado segurador brasileiro.



GT RRSS

Compatibilizar o relatório de sustentabilidade da CNseg com as estruturas utilizadas pelas empresas do mercado. Esse foi o motivo que levou à criação do GT, que atua em cooperação com a Superintendência de Comunicação da Confederação. O modelo do questionário utilizado para a produção do Relatório de Responsabilidade Social e de Sustentabilidade – RRSS foi mantido no documento referente a 2014.

Para os próximos anos, a ideia é a adoção do modelo de parceria do Global Reporting Institute – GRI que, junto à conclusão do projeto de construção da matriz de materialidade do setor segurador, permitirá a construção de um modelo padronizado de relato de questões socioambientais para o setor de seguros e a consequente atualização do questionário do RRSS da CNseg.

GT Mudanças Climáticas

Desenvolver uma ferramenta de georreferenciamento para mapear a ocorrência de desastres naturais no território brasileiro, além de outros eventos climáticos de interesse do mercado segurador, é a missão do GT, que conta com apoio da Central de Serviços e Proteção ao Seguro – Ceser da Federação Nacional das Empresas de Seguros Privados, de Capitalização e de Previdência Complementar Aberta – Fenaseg e parceria do Centro Nacional de Monitoramento e Alertas de Desastres Naturais – Cemaden e do Instituto de Astronomia, Geofísica e Ciências Atmosféricas da Universidade de São Paulo – IAG/USP.

A matriz de riscos, disponibilizada pelo IAG/USP, foi organizada pelas empresas que integram a Comissão de Sustentabilidade, com prioridade para seus respectivos modelos de negócios.

Foram mapeados 17 riscos climáticos entre eles, enxurradas ou inundações bruscas, alagamentos, ciclones tropicais, tornados, furacões, granizo, ondas de frio e de calor intenso, ventos quentes e secos, estiagens e tempestades.



Cartilha eSocial

GT eSocial

Para unificar as informações previdenciárias e trabalhistas, diante da padronização dos processos de transmissão, validação, armazenamento e distribuição aos órgãos e entidades, com o objetivo de melhorar o controle dos tributos recolhidos, o Governo Federal instituiu o eSocial, em 2014, numa ação conjunta da Caixa, INSS, Ministérios da Previdência Social – MPS e do Trabalho – MTE, e Receita Federal.

Por sua parte, a CNseg criou o GT eSocial para entender os principais desafios da implementação do eSocial nas empresas do setor segurador e, assim, apresentar sugestões para mitigar seus impactos iniciais. A primeira ação do grupo foi realizar uma pesquisa entre os membros da Comissão de Recursos Humanos – CRH da CNseg para conhecer as principais dificuldades.

Os resultados da pesquisa levaram à elaboração da Cartilha eSocial, em formato eletrônico, que reúne os principais pontos de atenção que as empresas devem observar durante a implantação do novo sistema. O GT também decidiu promover um workshop com a presença de especialistas, representantes do Governo e de profissionais das empresas-piloto.



Acesse o site:
<http://www.cnseg.org.br/cnseg/memoria/esocial/>

da relação...
o contrato de trabalho. A cer...
burocrá...



Pesquisa avalia a evolução da sustentabilidade nas empresas

AVALIAR A EVOLUÇÃO dos riscos relativos a fatores Ambientais, Sociais e de Governança – ASG no mercado brasileiro, buscar uma relação entre a evolução desses riscos e a gestão de sustentabilidade nas seguradoras e identificar oportunidades para o desenvolvimento de produtos ligados a esses riscos.

Estes foram os pontos que nortearam a pesquisa do estudante do Instituto Alberto Luiz Coimbra de Pós-Graduação e Pesquisa de Engenharia – COPPE/UFRJ, Flávio Geraldo Nogueira, no Programa de Planejamento Energético da Universidade, que contou com o apoio da CNseg.

A intenção não era avaliar as ações das empresas do setor, mas sim entender como elas percebem as questões ASG.

O objetivo do trabalho era entender a situação do mercado brasileiro, na expectativa de que os resultados ajudassem a indicar diretrizes para o desenvolvimento de metodologia para análise de riscos climáticos e contribuíssem para o desenho de novos produtos.

A partir de um formulário enviado para cerca de quatro mil profissionais da área de Seguros, a pesquisa pretendeu identificar, entre outras



Com ênfase nas questões que tratam das mudanças climáticas, além de apontar oportunidades de desenvolvimento de produtos, a pesquisa também ofereceu às seguradoras métricas para a adoção dos fatores ASG em seus negócios.



questões, como as seguradoras incorporam o aumento da frequência e da intensidade das chuvas provocadas pelo aquecimento global em suas subscrições de riscos.

Ao avaliar a incorporação desses riscos nas planilhas das seguradoras, a pesquisa utilizou uma escala desenvolvida pela Iniciativa Financeira do Programa das Nações Unidas para o meio Ambiente – UNEP FI, que mede a evolução da consciência de um determinado risco pela sociedade como um todo.

O trabalho fez comparações por pilar da sustentabilidade – econômico, social e ambiental – com indicadores globais e utilizou os mesmos 12 fatores ASG empregados pela UNEP, para iden-



tificar eventuais discrepâncias na percepção da importância desses fatores entre as empresas brasileiras e de outros países.

O levantamento também procurou entender em que medida as seguradoras brasileiras estão preocupadas em administrar seus riscos internos, como suas emissões de carbono e as de seus fornecedores, prestadores de serviços e parceiros – além de investigar como as empresas estão lidando com os riscos associados às mudanças globais.

Com ênfase nas questões que tratam das mudanças climáticas, além de apontar oportunidades de desenvolvimento de produtos, a pesquisa também ofereceu às seguradoras métricas para a adoção dos fatores ASG em seus negócios.



Matriz de Materialidade em processo de construção

A CONSTRUÇÃO DE UMA Matriz de Materialidade de Sustentabilidade e a elaboração de um Plano de Engajamento do Mercado Segurador com seus *stakeholders* começaram em 2014. Resultado de convênio firmado entre a CNseg e a Resultante Consultoria Estratégica, o projeto deverá estar concluído em 2015.

O pontapé inicial dos trabalhos aconteceu em janeiro com a realização de entrevistas com diretores e superintendentes da CNseg, FenSeg, FenaPrevi, FenaSaúde, a diretora executiva da Confederação e a presidente da Comissão de Sustentabilidade. Também foram ouvidos, nos

meses seguintes, representantes da Agência Nacional de Saúde Suplementar – ANS e Superintendência de Seguros Privados – Susep.

O segundo passo foi um encontro realizado em São Paulo pela CNseg, no dia 10 de abril, que reuniu os presidentes das Comissões Temáticas da Confederação e das Federações Associadas, além de executivos selecionados com base no perfil e na área de atuação. O objetivo foi mapear os temas Ambientais, Sociais e de Governança – ASG estratégicos e com impactos mais relevantes na indústria de seguros. As entrevistas foram realizadas por consultores da Resultante, além de

uma economista e um advogado com especialização em ações de sustentabilidade.

O projeto pretende compreender como as questões de sustentabilidade se inserem na indústria brasileira de seguros. Para isso, algumas etapas objetivam oferecer uma melhor compreensão do que é de fato relevante para a indústria tratar em relação à sustentabilidade e com os *stakeholders*. Os desdobramentos da Matriz de Materialidade também representarão novas oportunidades de negócios e de mitigação de riscos futuros.

As muitas particularidades do mercado de Seguros no Brasil – formado por seguradoras que comercializam somente um tipo de produto ou que são controladas por capital estrangeiro, por exemplo – devem ser consideradas na aderência das empresas à sustentabilidade, assim como o porte e a área de atuação das companhias.

**As muitas particularidades
do mercado de seguros
no Brasil, devem
ser consideradas na
aderência das empresas
à sustentabilidade, assim
como o porte e a área de
atuação das companhias.**

Depois da fase de encontros, que promoveu ainda consultas a diversos *stakeholders*, como prestadores de serviços, acionistas, entidades setoriais, governo, especialistas e mídia, para reunir suas contribuições para a construção da Matriz, foram selecionados os temas-chave para a formatação de um esboço do projeto, que será submetido a audiência pública antes da formatação final.





Curso de Sustentabilidade: debates relevantes para o setor

ENTRE AS MUITAS AÇÕES que objetivam disseminar o entendimento de práticas de sustentabilidade no Mercado Segurador, a CNseg ofereceu o Curso de Sustentabilidade para profissionais de seguros, de caráter informativo, entre 17 de março e 16 de abril de 2014.

Foram dez encontros, organizados em parceria com a Fundação Getulio Vargas – FGV, realizados nas dependências da sede da Escola Nacional

de Seguros, no Rio de Janeiro, duas vezes por semana. O primeiro foi uma apresentação geral dos propósitos do curso.

O corpo docente contou com participação de professores da FGV e a elaboração do material didático foi supervisionada pela CNseg e a Escola, a fim de garantir que fossem contemplados temas atuais e relevantes para os profissionais do setor.

Disciplinas, objetivo e temas

Fundamentos e princípios de sustentabilidade no setor empresarial: definições e contextualização.

Objetivo: analisar a sustentabilidade na visão da economia e dos negócios.
Temas: Crescimento econômico, desenvolvimento sustentável e sustentabilidade. *Stakeholders* e sua função na sociedade. Diferentes níveis de atuação do setor empresarial e governamental.

Transição ecológica e trajetória do desenvolvimento.

Objetivo: analisar a evolução da natureza e da humanidade sob o ponto de vista da biologia.
Temas: Evolução da natureza. Conceito de ecossistema e biodiversidade. Impactos das atividades humanas sobre os sistemas naturais. Medidas de conservação.

Aspectos gerais do Direito Ambiental brasileiro.

Objetivo: apresentar as noções gerais sobre o Direito Ambiental no Brasil.
Temas: A tutela constitucional e a política nacional do meio ambiente. Os princípios fundamentais regedores da disciplina.

Políticas Públicas e Sustentabilidade.

Objetivo: apresentar a posições e as ações do governo com relação às políticas públicas ambientais emanadas do setor público.
Temas: Processo de políticas públicas. Ações, problemas, desafios e perspectivas das políticas públicas ambientais.

Resíduos sólidos e a Política Nacional.

Objetivo: apresentar e analisar a problemática da geração e disposição dos resíduos sólidos para o ambiente e a sociedade.
Temas: Conceitos Gerais. Política Nacional aplicada: princípios, objetivos e instrumentos. Desafios da implementação da PNRS.

Indicadores de Sustentabilidade.

Objetivo: apresentar a necessidade de medir para monitorar e tomar decisões.
Temas: Conceitos, características e funções de indicadores e índices. Principais indicadores e índices de sustentabilidade utilizados.

Iniciativas e instrumentos internacionais e nacionais de adesão a condutas sustentáveis.

Objetivo: apresentar iniciativas e instrumentos de adesão do setor empresarial a condutas sustentáveis.
Temas: Principles for Responsible Investment – PRI. Pacto Global. Global Reporting Initiative- GRI. Índice de Sustentabilidade Empresarial – ISE BM&FBovespa. Princípios para Sustentabilidade em Seguros – PSI. Carbon Disclosure Project.

Estratégias para a Sustentabilidade.

Objetivo: apresentar estratégias e instrumentos para a sustentabilidade utilizados pelas empresas.
Temas: Matriz de significância crítica de aspectos e impactos ambientais, sociais e ocupacionais. Análise do ciclo de vida de produtos e serviços. Ecoeficiência e a metodologia de Produção Mais Limpa. Metodologia de auditoria para avaliação de riscos e danos da poluição.

Marketing e Comunicação.

Objetivo: apresentar os conceitos de Marketing e de Comunicação em Marketing dentro da perspectiva da Sustentabilidade Empresarial.
Temas: O conceito do marketing. Contribuição do marketing para a sustentabilidade empresarial. Práticas de marketing versus práticas de vendas. A comunicação dentro do marketing e a sua importância. A contribuição da comunicação externa para a sustentabilidade empresarial.

* Disciplinas, objetivo e temas debatidos por encontro



Consumidor

- A Educação Financeira no contexto do seguro
- Iniciativas do mercado segurador podem receber o selo ENEF
- Pesquisa mede satisfação do consumidor de Seguro de Garantia Estendida



A Educação Financeira no contexto do seguro

EM FEVEREIRO DE 2014, a CNseg contratou a empresa EA Consultants para formular uma estratégia de Educação Financeira com foco em seguros, com base nos esforços já existentes no Brasil e nas experiências de outros países.

O mapeamento inicial identificou uma preocupação crescente entre os *stakeholders* sobre a proteção dos consumidores de baixa renda em relação ao seguro – muitos deles, possíveis compradores de ‘primeira viagem’ deste tipo de produto.

A educação tem um papel fundamental na garantia

da proteção do consumidor e na construção de um mercado sustentável para o seguro, uma vez que, mais conscientes, os consumidores tornam-se defensores de seus próprios direitos.

A consultoria recomendou uma estratégia de Educação Financeira para a CNseg, que inclui uma ampla gama de atividades que permeiam conceitos de Educação Financeira, conscientização do público e proteção do consumidor. A estratégia baseou-se na premissa, apontada pela pesquisa, de que consumidores de baixa renda no Brasil têm pouco ou nenhum conhecimento sobre seguro.

Objetivos propostos

- Aumentar a consciência geral sobre seguros e, em particular, micrseguros, pois estes estimulam a demanda entre as pessoas de baixa e média renda: a proposta sugere que as seguradoras, para conquistar esses novos clientes, aprimorem a transparência e a integridade de produtos, serviços e comunicação.

■ Aprimorar a tomada de decisão da população sobre seguro: a pesquisa detectou que não há produtos desenhados para atender às necessidades da população de baixa renda e que falta informação no momento da venda. Outro ponto negativo é a baixa capacidade e a alta rotatividade do pessoal de vendas, acesso difícil a suportes de pós-venda e lentidão no pagamento de sinistros.

- Promover o aumento da demanda e da venda de seguros: a proposta é ampliar a relevância da Educação Financeira para que seja eficiente e impulsione as vendas. A ideia é estabelecer vínculos entre a educação financeira e a habilidade de adquirir um produto.

■ Ampliar o conhecimento do propósito e da utilização do seguro, por meio do envolvimento dos funcionários das seguradoras: segundo o estudo, a falta de informação e de transparência por parte dos canais de vendas é um fator que contribui para a inabilidade dos clientes na hora de tomar decisões saudáveis sobre a aquisição de seguros.

- Melhorar a habilidade dos clientes de utilizar o seguro de forma efetiva: a proposta é focar nas peças educacionais voltadas para usuários finais e incorporar conceitos de seguros de forma mais ostensiva nos esforços de Educação Financeira já conduzidos por bancos, corretores e canais de venda.

■ Aumentar a alfabetização financeira da base atual e futura de clientes potenciais, apoiando as iniciativas do Programa de Educação Financeira da AEF-Brasil: a educação permite aos clientes considerar o seguro no contexto de outras decisões financeiras e compreender como os produtos podem atender suas necessidades financeiras mais amplas.

Lançamento em São Paulo

A 4^a Conferência de Proteção do Consumidor de Seguros, parte das ações da CNseg na 1^o Semana de Educação Financeira da Estratégia Nacional de Educação Financeira – ENEF, foi realizada nos dias 6 e 7 de maio, em São Paulo. A iniciativa levou ao conhecimento das empresas de seguros as ações do Comitê Nacional de Educação Financeira e da Associação de Educação Financeira do Brasil, da qual a CNseg é uma das mantenedoras. O evento contou com a participação de mais de 300 pessoas.

Os debates qualificados proporcionados pelo encontro trouxeram relatos de experiências internacionais em Educação Financeira com foco em seguros; estudos de casos de solução de controvérsias de consumo por parte de Ouvidorias; produtos de seguro voltados para população de baixa renda, entre outros temas.





Iniciativas do mercado segurador podem receber o selo ENEF

ENEF
ESTRATÉGIA
NACIONAL DE
EDUCAÇÃO
FINANCEIRA

TRÊS COMISSÕES DA CNSEG – Relações de Consumo; Microsseguros e Seguros Populares; e Sustentabilidade – deram suas contribuições para que mercado brasileiro de seguros possa se posicionar em face da consulta à minuta do Edital de Chamada Pública do Comitê Nacional de Educação Financeira – CONEF. O objetivo é selecionar iniciativas de Educação Financeira com potencial para receber o Selo ENEF, previsto no Plano Diretor da Estratégia Nacional de Educação Financeira – ENEF, aprovado em maio de 2011.

A minuta apresentada prevê que estarão em condições de receber o selo iniciativas oferecidas por instituições públicas ou privadas, desde que

sejam oferecidas ao público final de forma gratuita, sejam de interesse público, não tenham caráter comercial e não recomendem produtos ou serviços financeiros. O conteúdo deve ser imparcial e técnico.

O objetivo da proposta é ampliar as iniciativas de Educação Financeira no País, por meio da identificação e disseminação de iniciativas que atendam aos critérios estabelecidos pelo CONEF (veja site <http://www.vidaedinheiro.gov.br>)

As contribuições do setor de seguros à minuta do edital foram enviadas em dezembro de 2014 e o edital será lançado em 2015.

1º Mapeamento Nacional das Iniciativas de Educação Financeira

Coordenado pela AEF-Brasil e patrocinado pela Serasa, o mapeamento é parte do projeto da Estratégia Nacional de Educação Financeira – ENEF e tem o propósito de veicular informações detalhadas sobre as iniciativas de desenvolvimento de tecnologias educacionais e sociais de Educação Financeira e as ferramentas educacionais gratuitas, disponibilizadas por diferentes instituições, setores públicos e privados e sociedade civil. O lançamento do primeiro mapeamento foi realizado em abril de 2014, no Auditório da BM&F Bovespa, em São Paulo.

Mais de 800 iniciativas de Educação Financeira foram levantadas no Brasil, a maioria alinhada às diretrizes da ENEF. A divulgação dos resultados tem a finalidade de aumentar a compreensão dos cidadãos sobre a dimensão das iniciativas de Educação Financeira existentes no Brasil, permitindo a troca de experiência por parte de organizações que atuam nesse segmento.

O trabalho apontou que a maioria dos projetos são da iniciativa privada e do setor público. Destaca-se o fato de 40% dos projetos terem sido cadastrados

voluntariamente no site www.vidaedinheiro.gov.br, e de 60% destes ofertarem ações gratuitas.

As iniciativas abordam finanças pessoais e dúvidas do dia a dia, dentro dos três eixos: informação, orientação e formação. O levantamento demonstrou que o cidadão tem a seu dispor um conjunto de informações para orientá-lo nas tomadas de decisões financeiras.

O mapeamento mostrou a diversidade de instituições e iniciativas ligadas à Educação Financeira, revelando a importância de uma coordenação nacional que estimule a convergência das ações para ampliar o acesso da população, principalmente dos públicos mais vulneráveis a conflitos de consumo (idosos, crianças e moradores de regiões menos assistidas por órgãos de defesa do consumidor), que carecem de ações específicas e de mais atenção dos patrocinadores dos projetos.

Para o setor de seguros, um dos grandes desafios é ampliar e fortalecer a importância dos canais de diálogo com o segurado, que é uma das prioridades do mercado. Com mais acesso a informações sobre os produtos, o consumidor de seguros terá condições de escolher aqueles que mais se adequem às suas necessidades.



Para o setor de seguros, um dos grandes desafios é ampliar e fortalecer a importância dos canais de diálogo com o segurado, que é uma das prioridades do mercado.





Pesquisa de avaliação de produtos com a PACE

Desenvolvida pela *Microinsurance Innovation Facility*, da Organização Internacional do Trabalho – OIT, a pesquisa de avaliação de produtos com a ferramenta Produto Acesso Custo Experiência - PACE contou com a contribuição das Comissões de Relações de Consumo e de Microsseguros e Seguros Populares da CNseg, que também contribuíram para a construção da estratégia de Educação Financeira com foco em seguros da Confederação. O projeto contemplou ainda o copatrocínio da 4ª Conferência de Proteção do Consumidor de Seguros, em São Paulo, nos dias 6 e 7 de maio.

A ferramenta compara os produtos de seguro em relação a produtos similares de outros mercados (formais ou informais) de gestão de risco, em quatro dimensões: produto (deve ser apropriado),

experiência (deve ser atencioso), custo (deve ser barato) e acesso (deve ser acessível).

A ferramenta é importante para a CNseg e para as empresas participantes do projeto lançado no Brasil, porque proporciona um diagnóstico preliminar do mercado brasileiro de microsseguros, além de considerar também outros produtos voltados para a população de baixa renda – os chamados massificados.

Segundo o resultado da pesquisa, a ferramenta pode ajudar a CNseg e as seguradoras em três aspectos: a criar um índice de referência do mercado de microsseguros, que mostre qual é o valor disponível para o consumidor médio brasileiro e em que áreas; a compreender as limitações dos regulamentos e como eles determinam o quanto e que tipo de ‘valor’ as seguradoras podem oferecer ao cliente; e a concentrar seus produtos em consumidores de baixa renda.





A pesquisa constatou que:

- Os clientes querem produtos simples e um 'toque humano', que só é possível na oferta de produtos isoladamente – não no agrupamento de produtos.
- O processo de regulação de sinistros é demorado em comparação ao prazo de 1 ou 3 dias observado em outros países. O fato de delegar a terceiros algumas responsabilidades nas reivindicações pode trazer mais flexibilidade.
- A diminuição das exclusões irrelevantes melhoraria três dimensões de uma só vez: aumento da cobertura, apólices de compreensão mais fácil, e mais facilidade nas respostas às reivindicações.

Participam da ferramenta as empresas Allianz, BB e Mapfre, Bradesco, Capemisa, Icatu, Liderança Capitalização e Zurich, que receberam um rela-

tório com os resultados específicos em relação a seu desempenho. À CNseg foi entregue o relatório com os resultados completos de todo o setor.

Jogo Caminhoneiro Seguro

A CNseg desenvolveu ao longo do ano, em parceria com a empresa Guanabara Games, a versão *online* do jogo Caminhoneiro Seguro, em três idiomas: português, inglês e espanhol. A versão em espanhol foi lançada na 10ª Conferência Internacional de Microsseguros, na Cidade do México, em novembro. O objetivo é despertar a consciência do público infanto-juvenil a respeito da importância da cultura do seguro.

O jogo eletrônico integra as atividades de Educação Financeira da CNseg como mais uma ferramenta de conscientização sobre a importância da gestão dos riscos cotidianos. Por meio da experiência lúdica, leva também conhecimento sobre seguros.

Quanto mais créditos o jogador acumular, mais seguros pode adquirir e mais pontos pode ganhar. Os créditos servem para adquirir seguros no final do jogo. De maneira fácil e intuitiva, o jogo fornece informações básicas sobre os diferentes tipos de produtos, ao mesmo tempo em que diverte e incentiva a direção defensiva.





Pesquisa mede satisfação do consumidor de Seguro de Garantia Estendida

CONVIDADA A PARTICIPAR da segunda fase do Programa de Desenvolvimento de Microsseguros – FIDES/BID/FOMIN, a CNseg propôs a realização de uma pesquisa sobre a aceitação do público consumidor com o Seguro de Garantia Estendida. O levantamento contou com financiamento parcial do Banco Interamericano de Desenvolvimento – BID, no âmbito do Programa, e com a colaboração da Comissão de Microsseguros e Seguros Populares, em parceria com a Comissão de Relações de Consumo.

A pesquisa, concebida pela pesquisadora Fabiana Luci de Oliveira, da Universidade Federal de São Carlos-SP, e realizada pela empresa IBOPE Inteligência, procurou medir o nível de conhecimento e a satisfação dos consumidores de baixa renda – classes C e D – em relação ao seguro, que amplia a garantia para produtos comercializados, em lojas de varejo nos últimos três anos, nas cidades de Belo Horizonte, Rio de Janeiro e São Paulo.

Com 1.200 entrevistas, a pesquisa foi feita nas três cidades e suas respectivas regiões metropolitanas. Cada cidade contou com 400 participantes, envolvendo pelo menos 100 pessoas que adquiriram o Seguro Garantia Estendida.

O levantamento também buscou informações sobre os principais produtos adquiridos e seus valores; a forma de financiamento do produto adquirido; local da compra; como o seguro foi oferecido; por que o consumidor contratou ou não o seguro; se ele recebeu informações sobre as principais exclusões do seguro; o valor médio do seguro contratado; a avaliação do consumidor sobre a facilidade de contratação; a qualidade do atendimento recebido após o acionamento do seguro e seu grau de satisfação com a aquisição, entre outros.

As empresas seguradoras que disponibilizaram seus bancos de dados correspondem a 70% da arrecadação total de prêmio do Seguro de Garantia Estendida.





Responsabilidade Social

- Ações socialmente responsáveis e de sustentabilidade incorporadas à rotina das seguradoras brasileiras
- O comprometimento das empresas com a Responsabilidade Social
- Atuação das Empresas e Entidades



Ações socialmente responsáveis e de sustentabilidade incorporadas à rotina das seguradoras brasileiras

ANO APÓS ANO, as companhias do mercado Segurador consolidam a incorporação de iniciativas voltadas para a questão da responsabilidade social e da sustentabilidade ao cotidiano de seus negócios, conforme atesta a pesquisa realizada anualmente pela CNseg, com o objetivo de mensurar a forma como os temas são inseridos na gestão das empresas.

A versão 2014 do levantamento contou com a participação de 35 grupos econômicos, que reúnem 66 empresas e representam 81,2% do total da arrecadação de prêmios do mercado, sem considerar o segmento de Saúde Suplementar.

Perfil empresarial

Em mais um ano, a origem nacional das empresas foi majoritária na composição do mercado brasileiro de Seguros, representando 69% do total, contra 31% de companhias de origem estrangeira ou subsidiárias de empresas do exterior. A política empresarial de capital também manteve o mesmo perfil, predominando a quantidade de empresas de capital fechado (86%). Apenas 14% das seguradoras têm ações negociadas em bolsas de valores.

Também se manteve expressivo no mercado brasileiro em 2014 – ainda que um pouco menor do que

no ano anterior – o número de empresas independentes, que não têm vínculos com grupos econômicos: 60%. Entre as demais, 31% são ligadas a bancos, 6% são resseguradoras e 3% são empresas de gestão de recursos de terceiros.

■ Origem da empresa ▼

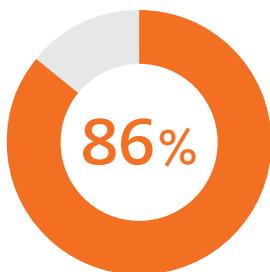
69%
Nacional



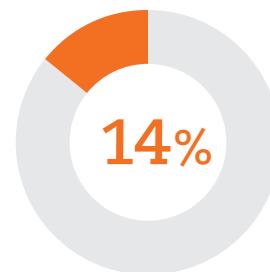
31%
Internacional



■ Política Empresarial de Capital ▼



Capital fechado



Ações em bolsas

■ Grupo Econômico de que participa ▼

60%

Independente

31%

Ligada
a banco

6%

Resseguradora

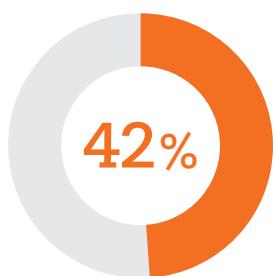
3%

Gestão de
recurso
de terceiro



No total, 42% das seguradoras operam com 21 a 60 filiais; 25% com até 20 filiais; e 22% sem nenhuma filial. O número de estados em que as companhias atuam reforça a capilaridade do mercado. Em 2014, 52% das empresas atuam em 24 a 27 unidades da federação; enquanto 14% estavam presentes entre seis e 11 unidades; 14% atuavam em 12 a 17 estados; 11% até cinco; e 9% de 18 a 23 unidades da Federação.

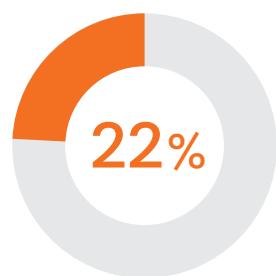
Número de Filiais ▼



De 21 a 60 filiais



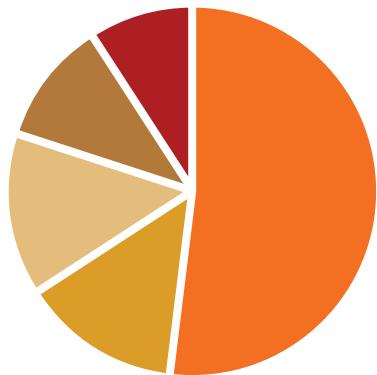
Até 20 filiais



Sem filial

Número de Estados onde atua ▼

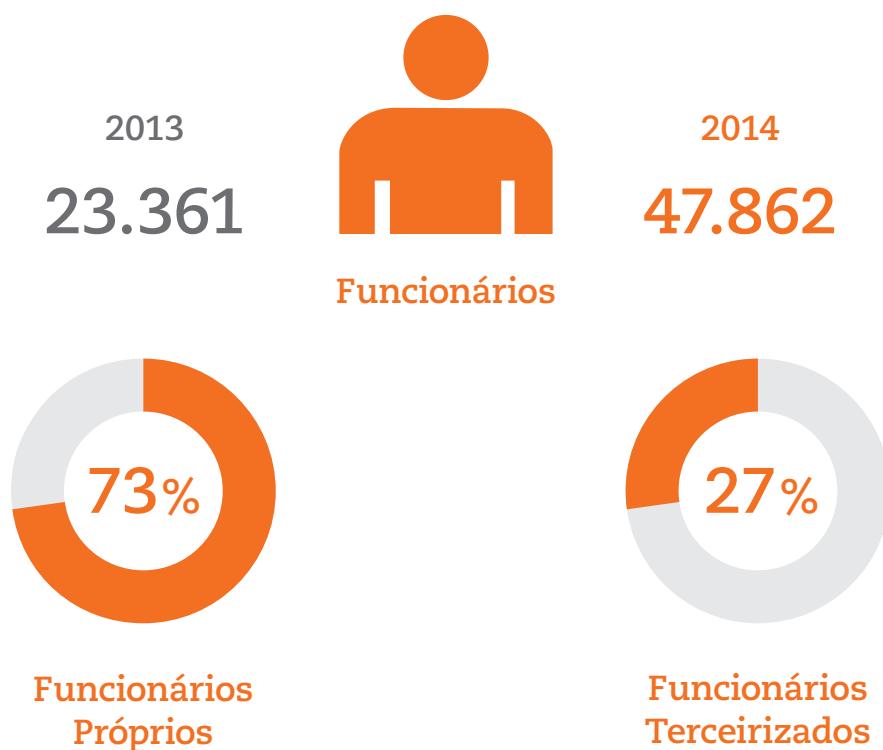
De 24 a 27 UFs	52%
De 6 a 11 UFs	14%
De 12 a 17 UFs	14%
Até 5 UFs	11%
De 18 a 23 UFs	9%



A quantidade de funcionários das seguradoras que atuavam no atendimento gerado por sinistros e pagamentos de benefícios aumentou substancialmente em 2014, chegando a 47.862 (média do ano, contra 23.361 registrados no ano anterior). Desse total, 73% eram próprios e 27%, terceirizados. As empresas designaram 5.231 funcionários para os Serviços de Atendimento ao Consumidor – SAC e as Ouvidorias. Foram 5.013 e 218, respectivamente.

■ Número de Funcionários da empresa alocados ao atendimento decorrente de sinistros/benefícios e seus desdobramentos

(média do ano)



■ Número de Funcionários em Serviços de atendimento ao consumidor – SAC e Ouvidoria

SAC
5.013



Funcionários



OUVIDORIA
218

Responsabilidade Social e Sustentabilidade

A grande maioria das companhias que participaram da pesquisa (88%) desenvolvem ações socialmente responsáveis e/ou sustentabilidade, contra 12% que não têm ações neste sentido ou que não se aplicam a esta finalidade.

Entre as empresas, 75% são signatárias de algum compromisso voluntário ou de índices voltados para a sustentabilidade e a responsabilidade social, com destaque para os Princípios para Sustentabilidade em Seguros – PSI, que foram compartilhados por 21% das empresas ao longo do ano – um aumento de dois pontos percentuais em relação a 2013. O Pacto Global da Organização das Nações Unidas – ONU por 11%; o Índice de Carbon Disclosure Project – CDP por 6%, e o Índice de Responsabilidade Empresarial – ISE da Bolsa de Mercadorias e Futuros – Bolsa de Valores de São Paulo – BM&FBovespa por 5%.

Aumentou, também ao longo do ano, o percentual das companhias que possuem Código de Ética e Conduta, chegando a 94%, assim como o de empresas que têm programas internos de incentivo ao voluntariado (69%). E passou de 54%, em 2013, para 69%, em 2014, o percentual de seguradoras que têm Comissão Interna de Prevenção de Acidentes – CIPA.

Sua empresa desenvolve ações de Responsabilidade Social e/ou Sustentabilidade



A empresa é signatária de algum compromisso voluntário ou participa de algum índice de sustentabilidade



Sua empresa tem Código de Ética e/ou Conduta ▼



O total de companhias que utilizam os benefícios das leis de incentivos fiscais (Lei Rouanet, Fundação para Infância e Adolescência – FIA, e Lei de Incentivo ao Esporte), para patrocinar projetos de responsabilidade social, foi mantido em 2014: 57%.

Sua empresa utiliza benefício das leis de incentivos fiscais ▼

(Lei Rouanet, Fundação para Infância e Adolescência – FIA, Incentivo ao Esporte)



A pesquisa mostrou que 63,6% das empresas participantes implantaram programas de conscientização voltados a questões Ambientais, Sociais e de Governança – ASG. Em 43% dos casos, as iniciativas abrangeram a oferta de cursos, palestras, treinamentos e orientações de funcionários e fornecedores sobre educação ambiental e utilização racional de recursos não renováveis. Nenhuma delas criou ou manteve Comitê Interno ou órgão similar, voltado para análise e acompanhamento das iniciativas e ações implantadas. E 26% criaram espaços dedicados em seus sites.

Implantação de programas de conscientização voltados para questões ASG ▼



No quesito que mede a adoção de políticas de ajuda educacional na formação de seus funcionários, 71% das empresas responderem sim, contra 20% que afirmaram não ter política neste sentido. Quando o assunto é a política de ajuda educacional na capacitação, este percentual sobe para 86%. A promoção de palestras aos funcionários é feita por 88% das companhias.

Política de Ajuda Educacional na Formação ▼



Política de Ajuda Educacional na Capacitação ▼



Proporciona Palestras para Funcionários ▼



Fornecedores e Prestadores de Serviços

Na relação com fornecedores e prestadores de serviços, 49% das empresas brasileiras adotam política de aceitação, considerando as questões ASG. Quando o assunto envolve os processos de monitoramento, 63% das empresas responderam sim. E 17% disponibilizam treinamentos voltados a questões ASG para sua cadeia de fornecedores e prestadores.

■ Adota Política de Aceitação para Fornecedores/Prestadores considerando questões ASG ▼

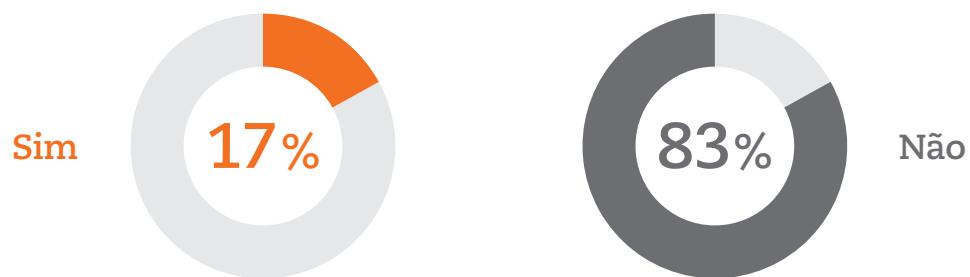


■ Empresa tem Processos de Monitoramento de seus Fornecedores/Prestadores ▼



■ A empresa disponibiliza treinamento voltado para questões ASG ▼

para sua cadeia de Fornecedores/Prestadores





Corretores

Aumentou substancialmente, entre 2013 e 2014, o total de companhias que têm processos de monitoramento de seus corretores como forma de controlar o desempenho dos principais parceiros de seus negócios – passou de 59% para 74%. Mas, entre elas, apenas 23% disponibilizam treinamento voltado para questões ASG para este público.

A empresa tem processo de monitoramento de seus Corretores ▼



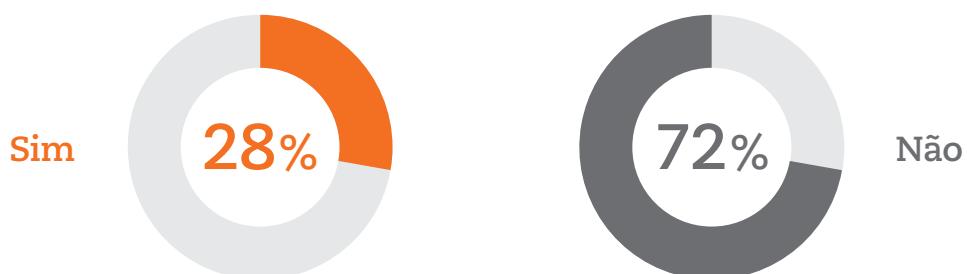
A empresa disponibiliza treinamento voltado para questões ASG para Corretores ▼



Clientes

A adoção de políticas de aceitação de clientes, considerando questões ASG por parte das companhias seguradoras, cresceu dez pontos percentuais entre os dois últimos anos, passando de 18% para 28%. Da mesma forma, aumentou o total de empresas que têm processos de monitoramento de seus clientes segurados, chegando a 57%. Mas a grande maioria (86%) não disponibiliza treinamento voltado a práticas ASG para seus clientes.

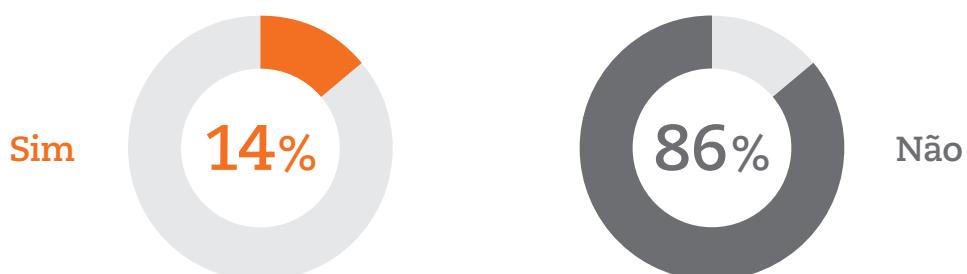
A empresa adota Política(s) de Aceitação para Clientes considerando questões ASG ▼



A empresa tem processo de monitoramento de seus Clientes ▼



A empresa disponibiliza treinamento voltado a questões ASG para seus Clientes ▼





O comprometimento das empresas com a Responsabilidade Social

A **RESPONSABILIDADE SOCIAL** corporativa representa uma forma de gestão pautada pela relação ética e transparente das empresas com seus *stakeholders* e pela definição de metas que incentivem o desenvolvimento sustentável, o respeito à diversidade, a preservação dos recursos naturais e a promoção de ações que visem à redução das desigualdades sociais.

Esta é a função da responsabilidade social nas empresas: promover a integração voluntária de preocupações sociais e ambientais nas suas operações e na interação com seus diversos públicos de interesse. Uma organização socialmente responsável leva em consideração, nas suas deci-

sões, a comunidade em que insere seu negócio e o ambiente onde opera.

Além das questões sociais e ambientais, a governança das empresas também é um quesito importante – não do ponto de vista técnico, mas da governança relacionada ao grau de ética, transparência e organização das empresas que, com a crise global e a brasileira, em particular, passou a liderar o rol de preocupações dos consumidores, segundo pesquisa realizada em 2013 pelo *Reputation Institute*. O mesmo estudo mostrou que a responsabilidade social corporativa tem um peso de 41% na avaliação dos consumidores sobre a reputação de uma empresa.

As empresas do mercado

O mercado brasileiro de seguros está cada vez mais alinhado aos princípios da sustentabilidade ambiental, da responsabilidade social e da governança corporativa. Prova inequívoca dos esforços neste sentido foi o cumprimento antecipado, por algumas grandes empresas, das quatro metas estabelecidas em 2013 pelo Conselho Diretor da CNseg para concretização dos Princípios para Sustentabilidade em Seguros – PSI pelo mercado brasileiro. O prazo previsto era 2015.

Os Princípios foram lançados em 2012, durante a Conferência da ONU sobre Desenvolvimento Sustentável, na Rio+20, e deu início a uma série de ações práticas para que as empresas pudessem integrar as grandes questões ASG: ambiental, social e de governança.

A iniciativa dessas empresas em antecipar o cumprimento das metas estabelecidas para 2015

mostra o comprometimento delas com a adoção de ações concretas na implementação dos Princípios e o desejo imperativo do mercado de integrar os conceitos de sustentabilidade em suas operações cotidianas.

Afinal, as organizações só funcionam plenamente como motor do desenvolvimento econômico, tecnológico e humano, se consideram em suas atividades o respeito pelos direitos humanos, o investimento na valorização pessoal, a proteção ao ambiente, o combate à corrupção, o cumprimento das normas sociais e o respeito pelos valores e princípios éticos da sociedade em que se inserem.

Ao contribuírem de forma positiva e propositiva para a sociedade em que estão inseridas e gerenciarem seus impactos ambientais adequadamente, as empresas poderão proporcionar vantagens diretas para seu negócio e assegurar a competitividade em longo prazo.



**Ao contribuírem de forma positiva e propositiva
para a sociedade em que estão inseridas
e gerenciarem seus impactos ambientais
adequadamente, as empresas poderão proporcionar
vantagens diretas para seu negócio e assegurar a
competitividade em longo prazo.**





O MÊS DE DEZEMBRO É SEMPRE ESPECIAL para os colaboradores, parceiros e corretores de seguro da Alfa Seguradora. Realizada há quatro anos, a Campanha Natal do Bem já faz parte do calendário de atividades da companhia, que se mobiliza para levar adiante essa bem-sucedida ação social. O trabalho voluntário está longe de ser encarado como uma obrigatoriedade, muito pelo contrário. Os colaboradores encontraram, nesse mutirão, uma

forma de interagir e levar um pouco de carinho e solidariedade às instituições escolhidas.

As crianças e seus familiares atendidos pela Casa Modelo de Apoio a Crianças com Câncer – Camacc, em São Paulo, receberam, dia 7 de dezembro, a visita de uma equipe bastante animada. Na oportunidade, além da entrega de alimentos e brinquedos, as crianças se divertiram com brincadeiras e a exi-

bicão de uma peça de teatro, encenada por profissionais da Alfa. A iniciativa tem um valor imenso para os envolvidos, proporcionando momentos de descontração aos internos e seus familiares, boa parte deles vinda de diversos cantos do Brasil para realizar o tratamento na capital paulista.

Mutirão leva solidariedade e alegria a crianças vulneráveis

Uma semana depois foi a vez da Casa do PAC, em São Paulo, entidade que acolhe crianças e adolescentes de zero a 17 anos e 11 meses, de ambos os sexos, vítimas de maus-tratos, abandono ou em vulnerabilidade social e pessoal, órfãos ou afastados do convívio familiar por falta

de condições dos pais ou responsáveis. A rotina de alegria foi a mesma, assim como a gratidão por parte dos assistidos.

Já o Hospital Boldrini, entidade filantrópica de referência especializada em oncologia e hematologia pediátrica, localizada em Campinas, São Paulo, mobilizou as filiais da própria cidade e de Sorocaba, Piracicaba e São José dos Campos. Os corretores parceiros da Alfa, regional Campinas, foram responsáveis pelas doações de bichos de pelúcia, o que fez a alegria dos pequenos. Mais uma vez a Europ Assistance contribuiu, patrocinando o transporte dos voluntários da Alfa, que saíram da Matriz em São Paulo para fazer a entrega dos presentes no hospital dia 12 de dezembro.





Allianz

A SUSTENTABILIDADE É UM DOS PILARES do Grupo Allianz nos mais de 70 países onde atua. Há décadas, as empresas desenvolvem projetos sociais e ambientais que visam colaborar com a construção de um futuro mais justo e equilibrado. Atuando no gerenciamento proativo de risco e identificando ameaças ambientais, sociais e éticas, a Allianz é líder do setor de seguros do índice *Dow Jones* de Sustentabilidade da Bolsa de Nova York. Pioneiro no *Carbon Disclosure Project*, tem o compromisso voluntário de reduzir suas

emissões de CO2 em 35% de 2012 a 2015, além de ser um dos maiores investidores em energia renovável do mundo, com aporte de € 1,7 bilhão para tais projetos.

Ao completar 125 anos de atuação mundial e mais de 110 anos no Brasil, a companhia continua a olhar para frente: megatendências como as mudanças demográficas e climáticas e seus efeitos já estão modelando o planeta hoje, embora as soluções de longo prazo e sustentáveis só possam

ser desenvolvidas em um mundo interconectado em que haja diálogo com os outros.

No Brasil, a Allianz concentra a maior parte de suas operações em São Paulo, onde fica sua sede com cerca de mil dos seus 1,4 mil colaboradores. Para enfrentar a crise hídrica, a seguradora adotou medidas que reduziram cerca de 30% do consumo de água, em comparação a 2013.

Por ser um prédio que obedece a rígidos requisitos ambientais e de sustentabilidade, com certificação ambiental e selo *Leadership in Energy and Environmental Design – LEED*, já possuía captação da água da chuva para limpeza. Muita disciplina e a contribuição de outros itens foram eficientes para a redução do desperdício, como vasos sanitários com descargas que utilizam apenas seis litros de água por acionamento e a adoção de torneiras com temporizadores e redutores de pressão. A empresa ainda promoveu junto aos colaboradores campanhas para o uso racional do recurso. E, visando a elevar a economia em 2015, a Allianz iniciou no fim de 2014 obras para ativação de um poço artesiano.

Consultoria sustentável e descarte ecológico gratuitos aos segurados

Por mais um ano, em parceria com a Ecoassist, a Allianz ofereceu gratuitamente consultoria sustentável e descarte ecológico aos segurados de residência, condomínio e empresas PME. Por meio da consultoria, especialistas deram orientações e dicas relativas à economia de água e energia elétrica, reciclagem de lixo e indicação de profissionais para projetos sustentáveis. Com isso, foi gerada a economia de 40 mil m³ de água e de 600 mil kWh de energia elétrica a clientes espalhados por todo o Brasil. Já sobre o descarte, entre janeiro e dezembro de 2014 foram coletados, descaracterizados e des-

tinados de maneira ecologicamente correta mais de 90 toneladas de resíduos – quase 60% das 160 toneladas computadas desde o início da operação, em 2013.

Em 2014, a iniciativa *My Finance Coach – MFC*, cujo objetivo é melhorar o nível de instrução financeira de estudantes de 10 a 14 anos de escolas públicas e particulares, foi reconhecida mais uma vez. O projeto venceu o Prêmio de Sustentabilidade LIF, da Câmara de Comércio França-Brasil – CCFB, na categoria Público Interno. Desde a sua criação, na Alemanha, em 2010, já atingiu mais de 500 mil estudantes pelo mundo.

Desde a sua estreia no Brasil, em 2013, até o fechamento de 2014, o Programa de Voluntariado Corporativo da seguradora levou às salas de aula temas como Compras e Planejamento e acumulou os seguintes resultados: mais de 214 horas de



Por mais um ano, em parceria com a Ecoassist, a Allianz ofereceu gratuitamente consultoria sustentável e descarte ecológico aos segurados de residência, condomínio e empresas PME.



aulas ministradas, cerca de 4.300 jovens beneficiados em 15 escolas e a participação de 140 colaboradores da companhia, somando 750 horas de treinamento. Eles também se transformaram em *finance coaches* voluntários.

No ano em que a Associação Beneficente dos Funcionários do Grupo Allianz Seguros – ABA completou 20 anos no desenvolvimento de seis mil crianças e adolescentes junto à comunidade Santa Rita, no bairro Cangaíba, em São Paulo, também ampliou o leque de atividades oferecidas: crianças de 4 a 6 anos passaram a desfrutar do Programa de Yoga, ministrado por uma educadora com habilitação profissional, além da prática de *slackline*. O Programa de Desenvolvimento Socioemocional foi estendido também a adolescentes.



Jovens têm aulas com docentes do Senac na sede da empresa

Outro destaque vai para o Programa de Capacitação para Adolescentes. Em 2014, o atendimento passou de 30 para 90 jovens, que frequentam até hoje aulas ministradas por docentes do Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial – Senac, na sede da Associação. O programa tem aulas focadas em técnicas administrativas, cultura do trabalho e autoconhecimento. A parceria teve início em 2007 e só se fortalece.

Em julho de 2014, a Allianz lançou, em formato 100% digital, o Relatório de Sustentabilidade 2013, disponível no endereço www.relatorio-allianz.com.br. Em paralelo, a seguradora apresentou a Jornada Sustentável de A a Z, com ferramentas didáticas e interativas para divulgar as ações de sustentabilidade desenvolvidas no Grupo Allianz. No link www.relatorioallianz.com.br/jornada é possível acessar o material, que traz uma apresentação explicativa com um tópico de sustentabilidade para cada letra do alfabeto.

Outra importante iniciativa *online* é o site www.sustentabilidade.allianz.com.br, lançado em 2011 com o objetivo de compartilhar informações relacionadas a importantes questões globais, como turismo sustentável, segurança nas ruas, mudanças climáticas, energias renováveis, saúde e bem-estar, entre outras.

Além disso, a companhia mantém, há oito anos, o Prêmio Allianz Seguros de Jornalismo. O concurso contempla dois temas: Seguros e Sustentabilidade – Mudanças Ambientais. Na edição de 2014, mais de duas mil matérias foram inscritas por 792 jornalistas de 22 estados e 72 cidades, um recorde de participações regionais. No Brasil, o Prêmio foi escolhido para ser uma das plataformas de sustentabilidade da seguradora.



Amil



Amil

A OBESIDADE É HOJE um dos maiores problemas de saúde pública no mundo e atinge todas as faixas etárias de diferentes classes sociais. Dados da Organização Mundial da Saúde – OMS revelam que o mundo está passando por uma epidemia silenciosa da doença que mata, por ano, cerca de 2,8 milhões de pessoas.

Como uma empresa de saúde pioneira em programas de qualidade de vida, a Amil abraçou a causa da obesidade infantil, com o intuito de combater esse mal desde a raiz. Para isso, deu

início a uma série de ações, em janeiro de 2014, para convocar a sociedade a lutar pela mudança do quadro de excesso de peso, que hoje alcança uma em cada três crianças brasileiras.

A Amil entrevistou médicos de diversas especialidades e constatou que a falta de informação dos pais é uma das principais razões da incidência de obesidade em crianças. Por isso, uma das principais plataformas da Amil em seu movimento de combate à obesidade infantil consiste em um portal com informa-

ções técnicas e qualificadas, entrevistas com médicos, nutricionistas, educadores e psicólogos, para subsidiar pais e mães sobre como lidar com a doença.

Campanha discute responsabilidade dos pais nos hábitos alimentares

A intenção da Amil é conscientizar a população de que hábitos saudáveis devem ser adotados desde cedo. Para isso, investiu maciçamente em comunicação: levou ao público uma campanha publicitária com peças para TV, jornal, revista, internet, outdoor e mobiliário urbano. Com impacto estimado de mais de 24 milhões de pessoas, o objetivo foi aquecer o debate sobre a responsabilidade dos pais na formação dos hábitos alimentares dos filhos.

Uma das ações publicitárias de grande efeito foi o Espelho Obeso, que ficou exposto durante um mês no Aeroporto Santos Dumont, no Rio de Janeiro. Com a frase “Não é assim que queremos ver nossas crianças crescerem”, o espelho devolvia ao observador um reflexo com alguns quilos a mais, alterando sua silhueta.

Outra ação de comunicação aconteceu na Semana Mundial de Aleitamento Materno, a fim de alertar sobre a importância da amamentação para a nutrição balanceada dos bebês. A Amil participou de um evento no alto do Morro do Corcovado, aos pés do Cristo Redentor, onde distribuiu embalagens que simulavam caixas de leite materno, com a seguinte mensagem: “Seria bom que já existisse algo assim, mas nada pode substituir o leite materno”.

Guia ensina melhores escolhas nutricionais para o público infantil

Outra iniciativa em linha com o movimento foi a disponibilização do guia NHAC! – Novos Hábitos de Alimentação para Crianças, da Disney, com informações sobre as melhores escolhas nutricionais para o público infantil, além da importância do lazer ativo para uma vida mais saudável.

Para motivar o debate em grande escala, a Amil também lançou uma petição *online* para colher assinaturas em favor da criação do Dia Nacional de Combate à Obesidade Infantil. Até o final do ano, mais de nove mil pessoas haviam aderido à iniciativa. O objetivo é que a data seja celebrada ainda em 2015.

Em outubro de 2014, a Amil passou a disponibilizar para os seus mais de 24 mil colaboradores reuniões exclusivas do Programa de Emagrecimento Vigilantes do Peso. Na parceria, o acesso ao programa é facilitado através de condições de pagamento diferenciadas e palestras motivacionais no local de trabalho. O objetivo da empresa é levar a discussão sobre obesidade infantil para dentro de casa, influenciando a criação de gerações mais saudáveis.

Para impulsionar esse programa, foi criada a Olímpíada Vigilantes do Peso, dividida em duas categorias: em grupo e individual. Entre outubro e dezembro do ano passado, 380 colaboradores espalhados pelo Brasil disputaram o troféu de maior perda de peso. O resultado ficou além das expectativas: juntos, os participantes reduziram 782,9 quilos.





GRUPO SEGURADOR BB E MAPFRE

PARA GARANTIR QUE SUAS AÇÕES gerem valor e contribuam para a construção de um futuro mais sustentável, o Grupo Segurador BB e Mapfre se mantém alinhado à missão de ser uma empresa formada por pessoas que protegem pessoas, buscando sempre o máximo retorno para clientes e o desenvolvimento da sociedade.

Para isso, segue um modelo de atuação focado na gestão da sustentabilidade, que inclui aspectos ambientais, sociais e de governança em sua

agenda estratégica, contribuindo com o crescimento sustentável dos negócios.

Em busca de resultados integrados e de uma atuação mais equilibrada em conjunto com seus *stakeholders*, o grupo lidera sua cadeia de valor, incentivando a adoção de práticas sustentáveis, mitigando riscos e promovendo relacionamentos mais sustentáveis entre todos os envolvidos.

Esse posicionamento garantiu que o BB e Mapfre fosse incluído, pelo segundo ano con-

secutivo, no Guia Exame de Sustentabilidade, consolidando o seu posicionamento entre as 61 empresas mais sustentáveis do Brasil.

Para consolidar uma cultura interna de alta performance, o grupo investe no treinamento de seus colaboradores, que em 2014 participaram de um total de 47,93h/treinamento por colaborador, em diferentes cargos e níveis. A capacitação da liderança também foi fortalecida com a criação de um programa *online* que dissemina conhecimento técnico de recursos humanos para os gestores do Grupo em todo o país.

Investimento em pessoas coloca o grupo na lista do GPTW da América Latina

O investimento em pessoas foi reconhecido com a inclusão do Grupo, pelo terceiro ano consecutivo, entre as Melhores Empresas para se Trabalhar, do *Great Place to Work – GPTW* da América Latina (entre as 20 melhores empresas na categoria de multinacionais com mais de cinco mil colaboradores) e do Brasil (34^a posição no ranking das 70 melhores empresas de grande porte).

Um dos objetivos do BB e Mapfre é construir relacionamentos sustentáveis, transparentes e duradouros com seus fornecedores. Para isso, foram promovidas diversas iniciativas em 2014, como o treinamento de 61 inspetores de riscos (que compõem a principal cadeia de fornecedores da área de Grandes Riscos) sobre a importância da sustentabilidade e como os aspectos sociais, ambientais, econômicos e de governança podem influenciar na subscrição de riscos.

Também houve participação ativa na criação do Manual de Compras Sustentáveis, desenvolvido em parceria com o Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável – CEBDS, que amplia a relação com fornecedores, ultrapassando o âmbito comercial para a análise de questões sociais, éticas e de reputação.

Para compartilhar informações relevantes com corretores e parceiros comerciais foram promovidas 11 palestras sobre Seguro Rural e Sustentabilidade, a fim de disseminar a cultura deste seguro e seus benefícios. Com a participação de 437 pessoas, os encontros foram promovidos em parceria com a Escola Nacional de Seguros – ENS.



Para consolidar uma cultura interna de alta performance, o grupo investe no treinamento de seus colaboradores, que em 2014 participaram de um total de 47,93h/treinamento por colaborador, em diferentes cargos e níveis.



Plano emergencial agiliza atendimento a vítimas de catástrofes

Também houve o desenvolvimento e a implantação do Plano de Emergência Nacional para Eventos Climáticos, criado para organizar a sistemática de atuação do grupo em parceria com corretores, redes comerciais e fornecedores, quando da ocorrência de catástrofes naturais e, dessa forma, garantir um rápido atendimento a todas as vítimas.

O BB e Mapfre apoiou a realização de 46 projetos socioculturais, desenvolvidos por instituições em todo o Brasil e que beneficiaram mais de três milhões de pessoas em 2014. Além disso, atuou em parcerias importantes: com a Revista Exame, para a realização de seminários sobre temas relevantes para o setor e para o país (saúde e sustentabilidade), com a participação total de 400 pessoas.

A companhia também apoiou a realização do evento Lab 60+, que reuniu 500 pessoas e promoveu o debate sobre questões envolvendo o público idoso, já que o aumento da expectativa de vida é um fenômeno que afeta todos os setores da economia.

Dentre as ações promovidas pelo grupo em benefício do meio ambiente, destacam-se a certificação pela norma ISO 14001 da sede administrativa; a revisão de processos internos e adoção de programas de ecoeficiência, com redução de 23,6% no consumo de água em todas as unidades; e o lançamento de assistências que consideram riscos ambientais, como a Remoção de Destroços nas apólices para embarcações de recreio e aeronaves privadas e de uso executivo, sem custo adicional ao segurado, minimizando os danos ao meio ambiente.





**BNP PARIBAS
CARDIF**

A BNP PARIBAS CARDIF ACREDITA QUE, para contribuir com o desenvolvimento econômico sustentável, é preciso melhorar a qualidade de vida da sociedade, tornando-a mais justa e harmônica. Por isso, a empresa se preocupa com a implantação e o desenvolvimento de programas de Responsabilidade Social, a fim de encorajar e conscientizar os colaboradores a fazer a sua parte para um mundo mais justo. Isso gera bem-estar em todos os envolvidos no processo.

Estes são os seguintes pilares de Responsabilidade Social que a BNP Paribas Cardif tem trabalhado: empregabilidade, meio ambiente e envolvimento comunitário.

A empresa desenvolve ações e programas que garantem a empregabilidade. No projeto Jovens Aprendizes, por exemplo, forma e dá oportunidade àqueles de 15 a 17 anos para desenvolver habilidades técnicas e comportamentais capazes de ampliar as possibilidades de inserção no mer-

cado de trabalho. Assim, contribui com um futuro mais promissor para a nova geração. O programa consiste em um curso teórico, ministrado por profissionais do Centro Profissionalizante Rio Branco – Cepro, e em atividades desenvolvidas em diversas áreas da BNP Paribas Cardif.

O compromisso com a inclusão social está presente no programa Pessoa com Deficiência – PCD. A BNP Paribas Cardif contrata profissionais com deficiência, incentivando-os a fazerem parte da vida social e econômica. Os candidatos são selecionados de acordo com sua especialidade e capacitação profissional, assim como é feito em toda a companhia.

Também é valorizada a inclusão dos colaboradores surdos e mudos, através da ação Intérprete de Libras. Com ela, é garantida a presença de um intérprete da linguagem em todos os eventos internos da companhia e em reuniões mais específicas, alinhando a comunicação com toda a equipe.

Programa reforça processo de retenção do público feminino

A BNP Paribas Cardif faz parte do Programa Empresa Cidadã e, por isso, estende em mais 60 dias a licença-maternidade das mamães. É oferecida a elas a oportunidade de acompanhar de perto o desenvolvimento da criança em um momento tão especial, além de facilitar a amamentação. A licença-maternidade de seis meses agrega valor ao ambiente de trabalho e reforça o processo de atração e retenção do público feminino.

Preservar a vida no planeta é importante para todos. Alinhada com as estratégias globais do Grupo, a BNP Paribas Cardif busca conscientizar

as pessoas ao redor com ações que permitam a economia de recursos e reforcem o compromisso com o meio ambiente. Algumas ações locais que demonstram o empenho nesse sentido são as seguintes: impressoras configuradas para imprimir folhas frente e verso; torneiras com temporizador e descargas que consomem menos água; adoção de monitores LCD nos computadores, que gastam menos energia; reciclagem de cartuchos de tintas; além da preocupação com a diminuição da emissão de gás carbônico.

Outro importante pilar é o envolvimento comunitário. A empresa acredita em ações que auxiliem na qualidade de vida das pessoas e, por isso, firma parceria com ONGs a fim de contribuir com o trabalho que desenvolvem para a sociedade.



**Preservar a vida no planeta
é importante para todos.
Alinhada com as estratégias
globais do Grupo, a BNP Paribas
Cardif busca conscientizar as
pessoas ao redor com ações
que permitam a economia
de recursos e reforcem
o compromisso com o
meio ambiente.**



Um exemplo é a ONG Bom Caminho, entidade que possui um papel importante na sociedade, oferecendo programas educacionais a crianças e jovens, inclusão no mercado de trabalho, acompanhamento psicológico e outros. Com a ONG, a BNP Paribas Cardif fez a Campanha do Agasalho, iniciativa interna realizada anualmente para arrecadar roupas, sapatos, cobertores, entre outros. Em 2014, foram cerca de três mil peças, o que tornou a campanha um sucesso. E, ainda, a Sacolinha de Natal, em que colaboradores apadrinham crianças e as presentiam com roupas, brinquedos, calçados, kit de higiene e doces no Natal.

Casas de madeiras abrigam famílias em situação de emergência

A BNP Paribas Cardif dá um grande exemplo ao construir, com as próprias mãos e esforços, casas de madeira para famílias em situação de emergência e extrema pobreza. Desenvolvida pela ONG Teto, a iniciativa foi abraçada porque

a empresa reconheceu a oportunidade de disseminar alguns de seus principais valores: oferecer proteção, dignidade e perspectiva de um futuro melhor para pessoas em situação de vulnerabilidade social.

A Fundação Pró-Sangue, instituição pública vinculada à Secretaria de Estado de Saúde e ao Hospital das Clínicas, também é beneficiada. Por meio da Campanha de Doação de Sangue, é dada às pessoas a oportunidade e o incentivo para contribuir com a saúde e o bem-estar do outro. Doar sangue é um ato simples e humano, realizado em prol da comunidade.

Todas as linhas de atuação da BNP Paribas Cardif reforçam o compromisso com o desenvolvimento sustentável e cidadão, que visa o engajamento da companhia e dos colaboradores em projetos sociais. Dessa forma, é possível desenvolver lideranças mais conscientes e socialmente responsáveis, assim como aumentar a satisfação e a motivação dos colaboradores, o que se reflete na melhoria do clima organizacional.





Bradesco Seguros

O GRUPO BRADESCO SEGUROS, patrocinador e segurador dos Jogos Olímpicos Rio 2016, líder do mercado nacional e eleito pelo 13º ano consecutivo como *Top of Mind* em Seguros pelo Instituto Datafolha tem promovido políticas e ações, interna e externamente, com o objetivo de contribuir para a conscientização das questões ambientais, sociais e de governança corporativa. O Grupo também tem estimulado ações sustentáveis que reduzam riscos e custos, contribuindo

para melhorar a qualidade de vida de todos os públicos com os quais se relaciona.

Em outubro de 2014 foi realizado, em São Paulo, o IX Fórum da Longevidade Bradesco Seguros. O evento, que em edições anteriores contou com a participação das atrizes Shirley MacLaine, Bibi Ferreira e Jane Fonda, abordou o tema Envelhecimento e Gênero. No mesmo mês, o Grupo ampliou a discussão ao realizar, no Rio de Janeiro, o II Fórum Internacional de Longevidade,

que analisou questões relacionadas ao processo de envelhecimento em uma esfera acadêmica.

O Grupo Bradesco Seguros também promoveu a 4^a edição dos Prêmios Longevidade. Na edição, além das modalidades Jornalismo e Histórias de Vida, foi lançada a Pesquisa em Longevidade, voltada para a comunidade acadêmica. Por sua vez, o Circuito da Longevidade Bradesco Seguros foi realizado em 14 cidades e capitais. Desde 2007, já mobilizou mais de 300 mil pessoas para caminhadas e corridas, doando mais de R\$ 2 milhões para instituições sociais.

A fim de incentivar a qualidade de vida por meio de atividades físicas, o Grupo Bradesco Seguros patrocinou durante o ano de 2014, entre outros eventos, a Corrida e Caminhada Contra o Câncer de Mama, iniciativa do Instituto Brasileiro de Controle do Câncer – IBCC, tanto no Rio de Janeiro (maio) como em São Paulo (agosto). Essas ações combinadas, que reuniram cerca de 20 mil pessoas, estimulam a reflexão sobre a saúde e a importância da qualidade de vida.

Autonomia e mobilidade para o público longevo dos centros urbanos

O Programa Porteiro Amigo do Idoso, criado em 2010, é mais uma iniciativa que teve continuidade. As turmas capacitam a categoria contribuir para autonomia, mobilidade e independência do público longevo morador de centros urbanos. O Programa treinou 651 porteiros em bairros do Rio de Janeiro e de São Paulo.

O Grupo Bradesco Seguros também deu sequência ao movimento Conviva, que tem como objetivo incentivar a convivência harmoniosa entre motoristas, motociclistas, ciclistas e pedestres. As CicloFaixas de Lazer São Paulo e de Osasco

integram esse movimento. Funcionando aos domingos (a de São Paulo há cinco anos também nos feriados nacionais), elas incentivam o uso da bicicleta. A cada domingo de sol, a CicloFaixa São Paulo recebe em média 150 mil ciclistas.

Por meio do movimento Conviva, o Grupo patrocina os roteiros do Centro Histórico e da Avenida Paulista do projeto *Bike Tour SP*, passeios gratuitos de bicicleta com a participação de grupos de dez pessoas e dois monitores, equipados com *Audiotour*. Pensando em promover maior integração, inclusão e bem-estar social, as informações transmitidas por meio do *Audiotour* passaram a ser traduzidas pelos monitores para Libras, a língua brasileira de sinais. A rota da Avenida Paulista tem um trenzinho para que pessoas com necessidades especiais conheçam melhor São Paulo.

Por meio do movimento Conviva, o Grupo patrocinou, pelo quinto ano consecutivo, o *Tour do Rio 2014*, maior competição de ciclismo da América Latina.



Aplicativo gratuito vai substituir os cartões físicos

O Grupo está conduzindo um projeto-piloto para lançamento da Carteira Digital Bradesco Seguros, iniciativa pioneira no setor. Trata-se de um aplicativo gratuito para *smartphones iOS* e *Android*, que oferece ao usuário cartões virtuais de todos os segmentos de atuação do Grupo. Com a Carteira Digital, não será mais necessário o cliente portar cartões físicos, pois as informações estarão integradas no aplicativo. Outra ação relevante é o suporte financeiro oferecido pela Bradesco Capitalização através de títulos, em parceria com entidades como SOS Mata Atlântica e Amazônia Sustentável.

Já por meio do Circuito Cultural Bradesco Seguros, o Grupo patrocinou peças teatrais, como "O estranho caso do cachorro morto", "Como é que pode?" e "Azul resplendor". Ainda na lista, os musicais "Se eu fosse você"; "Chacrinha, o musical"; "Elis, o musical"; e "O rei leão". Na música, apresentou a Série Globo/Dell'Arte. Na dança, os destaques foram o espetáculo espanhol "Companhia Antonio Gades" e o russo "Os grandes ballets – Kirov". Nas artes visuais, conquistaram o público as mostras "Carlos Vergara – A grande jornada" e "Jogos Olímpicos: esporte, cultura e arte".

Pelo 19º ano consecutivo, o Grupo presenteou o público com mais uma edição da Árvore de Natal da Bradesco Seguros. Somente na inauguração, transmitida ao vivo pela internet, mais de cem mil pessoas estiveram ao redor da Lagoa Rodrigo de Freitas. O público também pôde acompanhar por meio de oito Naves do Conhecimento, espaços de inclusão digital mantidos pela Secretaria Especial de Ciência e Tecnologia da Prefeitura do Rio de Janeiro localizados em Irajá, Madureira, Nova Brasília, Padre Miguel, Penha, Santa Cruz, Tijuca e Vila Aliança.

Na área educacional, o Grupo Bradesco Seguros, em parceria com a Fundação Bradesco, promove há dez anos o Projeto Integração Empresa Escola – PIEE, para alunos da Fundação Bradesco do Rio de Janeiro, contribuindo com a integração social, formação da cidadania e qualidade de vida, por meio do esporte e da cultura.



Com a Carteira Digital, não será mais necessário o cliente portar cartões físicos, pois as informações estarão integradas no aplicativo.



Em maio, foi comemorado o aniversário de 10 anos da Universidade do Seguro do Grupo Bradesco Seguros – UniverSeg, com o lançamento da plataforma de ensino Videoaulas e Livros Digitais. São 700 livros digitais e seis mil videoaulas, através dos quais os funcionários do Grupo podem aprimorar seus conhecimentos em áreas como administração, direito, história, marketing, idiomas e outras.

Somente em 2014, a UniverSeg foi responsável por 48 mil treinamentos *online* e presenciais para corretores e 58 mil para funcionários do Grupo, além de promover cerca de 50 palestras no Rio de Janeiro, em São Paulo e em Osasco.

Encontro de Colaboradores

A sustentabilidade no nosso negócio

BRASILPREV

O que as empresas têm a ver com isso?

"O tempo médio de vida de uma empresa é de 40 a 50 anos"
Fonte: A. de Geer (1988) "The Living Company"



BRASILPREV

PARA A BRASILPREV, o compromisso com a sustentabilidade é intrínseco à sua atuação. O modelo de negócios da empresa tem, em uma ponta, os clientes que buscam a Previdência como um instrumento para viabilizar projetos de vida de longo prazo e, portanto, contam com a perenidade da companhia. Na outra, há o mercado financeiro e de capitais, em que a empresa realiza investimentos, cumprindo o papel de investidor institucional, movimentando a economia e gerando desenvolvimento para o país.

Esse posicionamento está expresso na visão corporativa da Brasilprev: ser líder e referência em Previdência Complementar no Brasil, admirada pela contribuição ao desenvolvimento sustentável das pessoas e do país. Isso pauta a missão da companhia de viabilizar projetos de vida por meio de soluções de segurança financeira e serviços de alta qualidade.

Em maio de 2014, todos os gestores da companhia participaram de uma imersão no tema e construíram, de maneira coletiva, o significado

de sustentabilidade para a Brasilprev: atuar na formação de cultura previdenciária e fomentar a criação de um círculo virtuoso de desenvolvimento econômico, ambiental e social, por meio da gestão responsável dos negócios e dos investimentos realizados pela companhia.

A partir desta definição, a Brasilprev promoveu um amplo processo de aculturamento de todos os colaboradores em relação ao tema e seus desdobramentos no dia a dia da empresa, com destaque para iniciativas como o Encontro com Colaboradores, evento anual no qual a sustentabilidade foi discutida no contexto das empresas.

Também foram realizados 20 treinamentos presenciais de meio período com todas as áreas da companhia para aprofundar os conhecimentos no tema e sua relação com a Brasilprev. Totalmente desenhados para a realidade da companhia, os eventos alcançaram a marca de 547 participantes, cerca de 98% do quadro total.

A partir do conteúdo do workshop, foi desenvolvido o curso E-learning de Sustentabilidade, com uma hora de duração. O objetivo é manter a disseminação do tema para os atuais e novos colaboradores.

Documentos formalizam posicionamento da empresa na gestão da sustentabilidade

Em 2014, a Brasilprev também definiu uma Carta de Diretrizes e uma Política de Sustentabilidade, documentos que formalizam o posicionamento da companhia na gestão da sustentabilidade que visam disseminar os princípios norteadores dessa atuação, promover o alinhamento interno e junto a seus parceiros de negócios, bem como apoiar a tomada de decisões. A companhia man-

teve a adesão ao Pacto Global e reafirmou seus compromissos com a Fundação Abrinq.

O bom relacionamento e a aproximação contínua com seus fornecedores são práticas que orientam a atuação da Brasilprev. Em suas Diretrizes de Sustentabilidade, a companhia expressa o compromisso com a disseminação do tema junto a seus parceiros comerciais. No encontro anual com *stakeholders*, realizado em 2014, a companhia apresentou sua estratégia de sustentabilidade e abriu um espaço de diálogo para que todos pudessem informar como a Brasilprev poderia ajudá-los no caminho da sustentabilidade, e vice-versa.

Em 2014, a Brasilprev manteve a sua parceria com a Trevisan Escola de Negócios no Projeto de Vida na Ponta do Lápis. A iniciativa, concebida em 2010, leva palestras gratuitas sobre educação financeira a estudantes, associações de bairro e outras entidades da capital e do ABC paulista. Em 2014, foram beneficiadas 55 mil pessoas com 1.190 palestras. Ainda com esse foco, destaca-se o canal da Brasilprev no *YouTube*, que reúne mais de 60 vídeos educativos, além da cartilha Previdência sem Mistérios, disponibilizada no site da empresa.

A companhia também continuou investindo em projetos de educação, esporte, cultura e qualidade de vida, com recursos incentivados via Fumcad, Lei do Esporte, Lei Rouanet, Lei do Idoso, Pronas e Pronon. No total, foram 16 projetos apoiados, alcançando mais de 4,5 milhões de pessoas.





Patrocínio à exposição de obras de Dalí e ao balé Quebra-Nozes

Um dos destaques do ano foi o apoio à exposição “Salvador Dalí – uma retrospectiva”, que trouxe pela primeira vez ao Brasil obras de um dos mais importantes artistas do século XX e atingiu a marca de 530 mil visitantes. Outro patrocínio de sucesso foi ao espetáculo “O quebra-nozes”, que encantou mais de 15 mil pessoas e teve uma das sessões com a participação especial da Orquestra Bachiana Sesi-SP, sob a regência dos maestros João Carlos Martins e John Bouldler.

Na área de esportes, o Circuito Pedalar recebeu o apoio da companhia pelo terceiro ano consecutivo e mobilizou mais de 23 mil pessoas em prol da mobilidade urbana e qualidade de vida nas cidades de Belo Horizonte, Brasília, Rio de Janeiro e São Paulo.

Internamente, a Brasilprev incentivou o engajamento dos colaboradores em ações de voluntariado e campanhas sociais: mais de 3,9 mil pessoas foram beneficiadas no ano.

No meio ambiente, a empresa mantém esforços para reduzir o impacto causado por sua operação. Assim, faz a gestão das emissões de GEE e, para compensá-las, desde 2012 adquire créditos de carbono do projeto Cerâmica Lara/Sustainable Carbon. E ainda se mantém responsável por uma área de floresta nativa, com seis hectares, localizada no município de Barra do Turvo, no estado de São Paulo.

Em sua sede, a companhia adota a coleta seletiva, tem um sistema de armazenamento e reutilização de água, disponibiliza um bicicletário e realiza ações para conscientizar o público interno sobre o uso racional de recursos como papel, energia e água.



CAIXA SEGUROS

A CAIXA SEGURADORA deu um passo importante em sua história ao inaugurar este ano a sede própria. O novo prédio, em Brasília, moderno e com infraestrutura de última geração, trouxe mais conforto e qualidade de vida aos empregados e colaboradores, selando definitivamente o compromisso da empresa com o futuro e a preservação do meio ambiente.

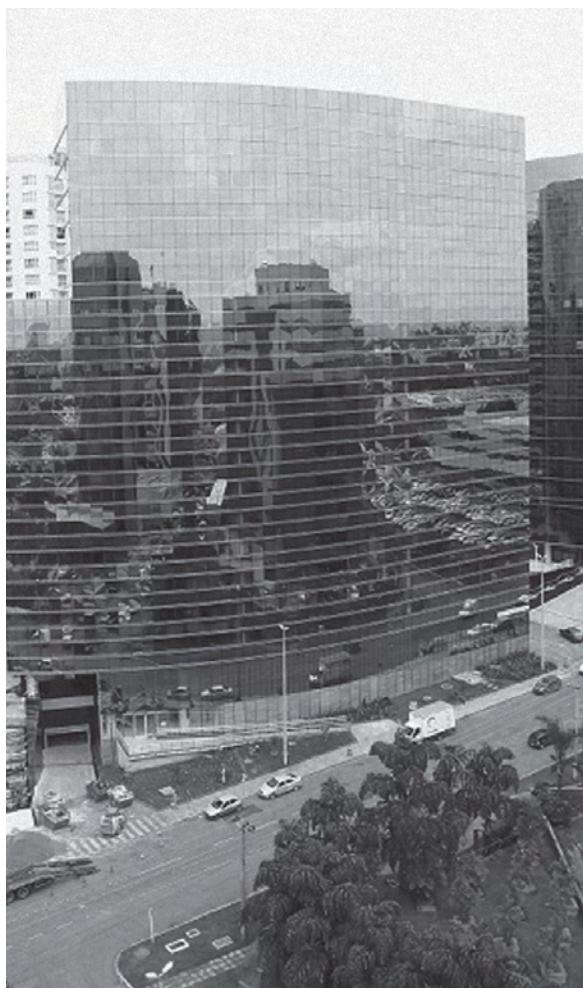
Com investimento de cerca de R\$ 200 milhões, o projeto arquitetônico foi revisto até atingir as exigências do padrão de qualidade Procel de

Economia de Energia, que prevê uma série de dispositivos específicos em busca de eficiência energética e funcionamento sustentável.

O aquecimento global e as mudanças climáticas são motivo de preocupação na Caixa Seguradora, que valoriza a eficiência energética no funcionamento da sede. A busca de soluções para minimizar impactos ambientais e reduzir emissões de dióxido de carbono (CO₂) do prédio foi fundamental. A sede está instalada de acordo com os conceitos de baixo impacto ambiental, com reves-

timento termoacústico de fachada e instalação de outros dispositivos para o controle de consumo de água e aproveitamento da iluminação.

Outra função do revestimento termoacústico é a redução do isolamento contra ruídos provenientes do ambiente externo. A fachada tem vidro duplo com pequeno grau de absorção de calor, para que os ambientes sejam climatizados sem que haja muito esforço dos aparelhos de ar-condicionado. O sistema de luz também é focado na redução do consumo e as luminárias são acionadas por sistemas automatizados, quando necessário. Estudos recentes mostram que, com esses recursos, é possível economizar de 70% a 90% da energia usada para aquecer ou resfriar os ambientes.



Ações socioambientais preveem reciclagem e reutilização de resíduos

A Caixa Seguradora também incentiva hábitos de consumo consciente entre seus colaboradores. Nos últimos anos, promoveu diversas ações socioambientais para que gestores e empregados se comprometessesem a reutilizar e reciclar resíduos, reduzir o consumo e repensar seus impactos ambientais no ambiente de trabalho.

Uma das medidas mais importantes para cumprir todas essas tarefas foi a implementação da coleta seletiva, um processo simples que facilita a reciclagem e a reutilização dos materiais. Instituída na companhia há quatro anos, a coleta seletiva antecipou-se à Lei dos Resíduos Sólidos, que prevê a prevenção e a redução na geração de resíduos e a destinação ambientalmente adequada dos rejeitos. Dessa forma, a seguradora devolve plásticos e papéis para a cadeia produtiva e entrega resíduos orgânicos e não recicláveis para o serviço de limpeza urbana da cidade.

Além de reduzir o consumo e reciclar os resíduos gerados internamente, a Caixa Seguradora se compromete a cuidar do planeta compensando os impactos ambientais de suas operações. Desde 2007, a seguradora compensa todas as emissões de gás carbônico de sua matriz por meio do plantio de árvores em reservas da Mata Atlântica, localizadas em áreas de preservação no estado de São Paulo. Além disso, a companhia oferece incentivos financeiros a pequenos produtores rurais que mantiverem em sua propriedade uma área florestal superior à determinada por lei.

O objetivo é preservar a biodiversidade, diminuir impactos do aquecimento global e conservar recursos ambientais, como a água e o solo. Graças a esses dois modelos sustentáveis, nos últimos sete anos a Caixa Seguradora plantou mais de

30 mil árvores de 80 espécies nativas de Mata Atlântica no estado de São Paulo, contribuindo para o reflorestamento de áreas degradadas.

Série de abordagens para reduzir a exposição de jovens à violência

Há sete anos, a Caixa Seguradora escolheu a juventude como foco de seus investimentos sociais. A partir daí, criou o Jovem de Expressão, programa social que desenvolve uma série de abordagens capazes de reduzir a exposição de jovens entre 18 e 29 anos à violência e à consequente mortalidade por causas externas.

Ao trabalhar com este público, a Caixa Seguradora percebeu que poderia ir além e ampliou o programa para atuar em duas causas urgentes no Brasil: a saúde e a educação sexual dos jovens. Foi com este objetivo que a empresa desenvolveu três pesquisas inéditas sobre o comportamento sexual na juventude. Os estudos, intitulados Juventude, Comportamento e DST/Aids; Atitude e Tolerância; e Saúde Sexual e Reprodutiva dos Jovens Brasileiros, compõem a série Juventude, Saúde e Sexualidade, que pode ser vista no portal de sustentabilidade da seguradora, o Cuidar do Futuro – www.cuidardofuturo.com.br.

Em 2014, a seguradora investiu ainda em um novo projeto com a mesma temática ao patrocinar a exposição Um novo olhar sobre a Aids no Brasil – uma realidade aumentada. A exposição proporcionou aos participantes do programa Jovem de Expressão a oportunidade de conhecer a vida de portadores de HIV/Aids. A experiência também contribuiu para reduzir o preconceito contra pessoas com a doença.

Além de patrocinar projetos sociais com a temática juventude e HIV, a Caixa Seguradora é reco-

nhecida por ser uma importante investidora da cena cultural brasileira. Na última década, a empresa ganhou mais visibilidade para continuar promovendo projetos que ampliam o acesso dos brasileiros à cultura e o intercâmbio entre Brasil e França, país de origem de sua acionista, a CNP Assurances.

Apenas no último ano, o investimento na música, na arte e no cinema ultrapassou R\$ 16 milhões. Em 2014, a empresa patrocinou projetos de destaque, como a comédia "Made in China", estrelada por Regina Casé, e a exposição "Mayas – Revelação de um tempo sem fim".



Há sete anos, a Caixa Seguradora escolheu a juventude como foco de seus investimentos sociais. A partir daí, criou o Jovem de Expressão, programa social que desenvolve uma série de abordagens capazes de reduzir a exposição de jovens entre 18 e 29 anos à violência e à consequente mortalidade por causas externas.





EM 2014, A CAPEMISA SOCIAL deu continuidade ao trabalho de assessoramento técnico, político, administrativo e financeiro a 148 entidades sociais em 62 municípios brasileiros. A instituição atua de forma planejada, continuada e permanente e, para isso, faz diagnóstico nos territórios atendidos, indica os pontos vulneráveis e propõe ações para que essas entidades atendam às mudanças das políticas sociais.

Assim, a Capemisa Social busca garantir que as instituições assessoradas consigam migrar de um

paradigma de ação social como filantropia para uma nova visão da assistência social enquanto política pública, passando a operar corretamente dentro desse novo modelo de forma integrada com a rede socioassistencial local.

Somente em 2014, cerca de 367 mil pessoas foram beneficiadas através das instituições parceiras da Capemisa Social, incluindo o Lar Fabiano de Cristo. São duas principais linhas de atuação: inclusão do cidadão e inclusão produtiva e financeira.

Dentro da vertente da inclusão do cidadão, destaca-se o trabalho do Lar Fabiano de Cristo. A obra social, que é reconhecida internacionalmente pela Unesco, atua há mais de 50 anos intervindo diretamente em situações de dependência econômica, social e moral.

Mais de cem projetos sociais alcançaram 37 mil pessoas em 2014

Em 2014, mais de 37 mil pessoas foram atendidas por 110 projetos desenvolvidos nas 52 unidades do Lar Fabiano de Cristo em todo o Brasil. Esses números mostram a grandeza e o alcance das ações sociais promovidas pela entidade.

O Lar Fabiano de Cristo concluiu a primeira etapa de um importante projeto de cooperação técnica em educação infantil no ano de 2014. A instituição fechou uma parceria com o Centro Educacional da Prefeitura de Saitama, no Japão, a fim de promover intercâmbio pedagógico entre os países. O acordo foi feito

por meio da Japan International Cooperation Agency – JICA, órgão ligado ao Ministério do Exterior japonês.

A Casa de Mãe Marocas, unidade do Lar Fabiano de Cristo em Duque de Caxias, no Rio de Janeiro, foi a primeira entidade atendida pela iniciativa. Uma comitiva japonesa esteve no Brasil duas vezes e passou sua experiência com o uso da tecnologia no ensino para os profissionais daqui. Duas comitivas brasileiras também foram ao Japão. A parceria incluiu ainda a doação de equipamentos para a unidade.

O balanço do projeto não poderia ser mais positivo: todas as metas foram atingidas e, hoje, as crianças da Casa de Mãe Marocas estudam por meio de técnicas pedagógicas inovadoras, com qualidade e recursos de informática de ponta. Como consequência desse sucesso, em 2015 a iniciativa será expandida para mais duas unidades do Lar Fabiano de Cristo: Casa de André Luiz, em Minas Gerais, e Casa Rodolfo Aureliano, em Pernambuco.



O trabalho do Lar Fabiano de Cristo continuará nesse modelo de proteção social, priorizando uma educação transformadora. O aperfeiçoamento dos processos e o desenvolvimento de novas formas para ampliar o atendimento junto às comunidades também estão entre as metas para este ano.

Financiamento de pequenos negócios desenvolve cultura empreendedora

Já na linha de inclusão produtiva e financeira, o grande destaque é a ação denominada Fazer, que busca desenvolver uma cultura empreendedora a partir do financiamento de um pequeno negócio promovendo, assim, a inclusão financeira. A iniciativa tem ênfase em comunidades carentes economicamente, fornecendo o microcrédito, apoiando o empreendedorismo e fomentando uma cidadania sustentável.

Em 2014, a Fazer ampliou seu foco de atuação, que antes era voltado apenas para as famílias do Lar Fabiano de Cristo, e passou a atender também o público externo. Entre os projetos realizados se destaca a parceria com o Banco da Providência, que incluiu capacitação profissional, educação financeira e acesso ao microcrédito; e com o Centro de Referência de Assistência Social de Duque de Caxias, que forneceu microcrédito para famílias do programa Bolsa Família. Cerca de 600 pessoas no estado do Rio de Janeiro foram beneficiadas por essas iniciativas.

A Capemisa Social também trabalha no assessoramento de comunidades tradicionais, como Quilombolas e Ciganos; no combate ao tráfico infantil; no apoio a mulheres e crianças vítimas de violência sexual e doméstica; e no auxílio a refugiados e pessoas traficadas, entre outras vertentes.



Entre os projetos realizados se destaca a parceria com o Banco da Providência, que incluiu capacitação profissional, educação financeira e acesso ao microcrédito; e com o Centro de Referência de Assistência Social de Duque de Caxias, que forneceu microcrédito para famílias do programa Bolsa Família.





CENTAUR & OHIO NATIONAL COMPANY

O PROJETO DE SUSTENTABILIDADE Centauro-On tem o objetivo de promover a conscientização dos colaboradores sobre a forma correta de descarte de materiais diversos na companhia, o uso consciente dos recursos disponíveis e o reaproveitamento desses materiais na reciclagem. Implantado em 2014, o Programa Coleta Seletiva tem sua base na eficiência da separação e do escoamento de todo o lixo produzido na companhia.

Nesse sentido, foram disponibilizados coletores em cada andar para separação diária do lixo. As instruções de como proceder com o material foram afixadas no local onde os coletores são instalados. A abordagem sobre o tema é apresentada a todos os colaboradores via e-mail e cartazes. O lixo é descartado de acordo com a sua categoria: papel reciclável, lixo seco, lixo orgânico, resíduos especiais e descarte de documentos confidenciais.

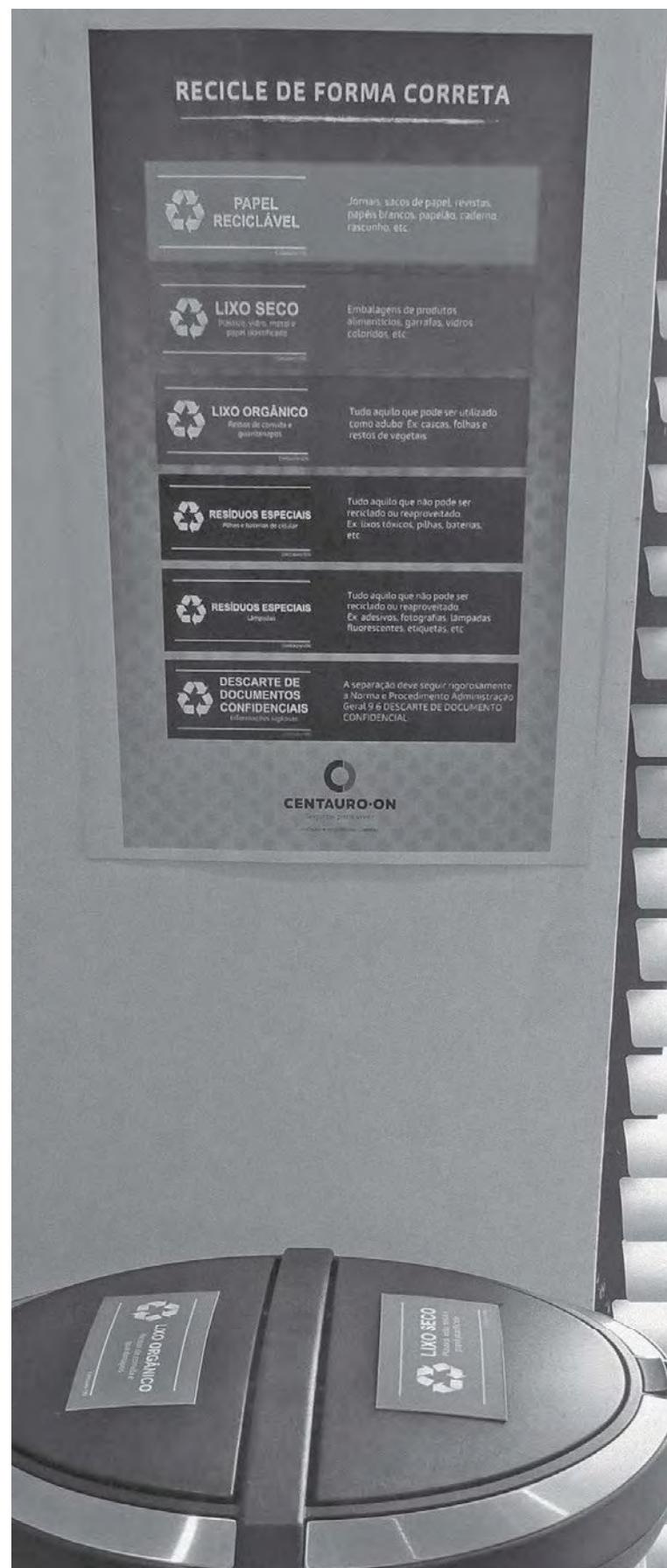
Ações voluntárias contribuem para uma sociedade mais justa

O Projeto de Responsabilidade Social da Centauro-On é promovido anualmente, tem caráter voluntário e envolve a participação dos colaboradores da empresa. Têm por objetivo promover a conscientização de contribuir para uma sociedade mais justa, melhorando a qualidade de vida dos funcionários e da própria população.

No Dia das Crianças, brinquedos foram arrecadados voluntariamente por funcionários da empresa e entregues a 68 crianças de duas instituições carentes de Curitiba. Além dessa iniciativa, a Centauro-On faz, mensalmente, doações voluntárias em dinheiro para o Instituto João Ferraz de Campos, que desenvolve projetos sociais em comunidades menos favorecidas e atua prioritariamente nas áreas de educação, saúde e profissionalização.



O Projeto de Responsabilidade Social da Centauro-On tem por objetivo promover a conscientização de contribuir para uma sociedade mais justa, melhorando a qualidade de vida dos funcionários e da própria população.



Nosso trabalho dá bons frutos!



A CHUBB TEM EM SEU DNA um forte compromisso socioambiental e busca conscientizar e promover a cultura da responsabilidade com o meio ambiente entre seus clientes, parceiros e colaboradores. Dentre diversas ações, a companhia oferece precificação com condição especial para patrimônios ecossustentáveis, em todo o território nacional, em casa ou apartamento.

A companhia entende que a preocupação com a preservação do planeta anda de mãos dadas

com o crescimento socioeconômico – e acredita que o cidadão empenhado em contribuir para construção de um mundo melhor precisa ser beneficiado e estimulado por suas práticas. Por isso, oferece a subscrição diferenciada, que reafirma o comprometimento da empresa com clientes, sociedade e meio ambiente.

A Chubb Seguros é a patrocinadora oficial do jovem golfista Rohan Boettcher. O gaúcho tem o apoio da seguradora desde o início de 2013

e já alcança ótimos resultados na modalidade. Conquistou o torneio mundial *Faldo Series Grand Final*, categoria até 16 anos, em West Virginia, nos Estados Unidos. Com este título, ele se tornou o primeiro brasileiro a vencer na sua categoria e o terceiro no geral, garantindo a classificação para a *Faldo Series Asia Grand Final*, na China.

Para a Chubb Seguros, o patrocínio ao atleta é uma forma de estimular um esporte tradicional e que tem total ligação com a proposta da companhia em ser reconhecida como especializada na oferta de seguros patrimoniais para alta renda.

A modalidade voltará a ser disputada nos Jogos Olímpicos Rio 2016, no Rio de Janeiro, e o incentivo neste momento é considerado pela empresa como essencial para tornar o golfe ainda mais conhecido. Além disso, faz parte do DNA da companhia contribuir com causas que fortaleçam a prática esportiva no país.

Torneio de golfe tem leilão benéfico em prol do Unicef

A Chubb Seguros será, pela segunda vez, uma das empresas apoiadoras do 2º Fortuna Golf Cup, em prol do Fundo das Nações Unidas para a Infância – Unicef, um evento benéfico que ocorre dia 13 de junho, na Fazenda Gramá, em Itupeva, São Paulo. O torneio vai contar com golfistas selecionados e convidados. O público também poderá participar de um leilão em prol do Unicef.

Com os olhos voltados para o futuro, a seguradora vem ampliando os programas de responsabilidade social, que envolvem seus profissionais e parceiros e beneficiam diversas entidades. Dessa forma, a companhia assume um papel consciente e proativo na construção de uma sociedade mais humana e justa.

Aseguradora investe constantemente em ações voltadas ao atendimento da população mais carente. Entre elas, está o apoio a entidades educacionais e sociais, como o Fundo Municipal dos Direitos da Criança e do Adolescente – Fumcad, Lar Vinícius, Projeto Novo Ser, Lar Sonho de Criança, entre outras instituições.

A Chubb Seguros foi uma das empresas participantes do 14º Jantar anual do GRAACC, evento benéfico que ocorreu dia 23 de julho, no Esporte Clube Sírio, em São Paulo, e teve a presença de cerca de mil pessoas.



Com os olhos voltados para o futuro, a seguradora vem ampliando os programas de responsabilidade social, que envolvem seus profissionais e parceiros e beneficiam diversas entidades. Dessa forma, a companhia assume um papel consciente e proativo na construção de uma sociedade mais humana e justa.





AS INICIATIVAS DA CNSEG EM 2014 reforçaram várias frentes de atuação, como pesquisas, eventos, campanhas, apoios e parcerias que demonstraram, mais uma vez, o compromisso da Confederação com o mercado segurador e a sustentabilidade.

Uma das ações de maior destaque foi a realização da 4^a Conferência de Proteção do Consumidor de Seguro, realizada em São Paulo em maio, com a presença de 300 participantes. O objetivo foi participar do lançamento da 1^o Semana Nacional de Educação Financeira, da Estratégia Nacional

de Educação Financeira – Enef, da qual a CNseg é membro. Foram apresentadas experiências internacionais de sucesso, estudos de casos de solução de controvérsias, produtos de seguros voltados para a população de baixa renda e outros temas.

A Confederação também apoiou e participou da Pesquisa Mundial sobre a Construção de um Sistema Financeiro Sustentável, coordenada pelo Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente – Uep. Outra parceria relevante foi firmada com a Federação Brasileira dos Bancos

– Febraban, para a realização de pesquisa sobre o sistema financeiro sustentável Unef FI.

E, para despertar a consciência do público infanto-juvenil sobre a importância do seguro, foi desenvolvida a versão *online* do jogo Caminhoneiro Seguro em três idiomas: português, inglês e espanhol. A atividade lúdica e educativa integra o conjunto de iniciativas de educação financeira da Confederação.

O peso das questões de sustentabilidade na agenda do setor

A CNseg apoiou a pesquisa científica do Instituto Alberto Luiz Coimbra de Pós-Graduação e Pesquisa de Engenharia – COPPE/UFRJ, desenvolvida como base na tese de doutorado de Flávio Geraldo Nogueira no Programa de Planejamento Energético da Universidade.

O objetivo era detalhar a situação do mercado brasileiro de seguros e ajudar a indicar diretrizes para o desenvolvimento de metodologia para análise de riscos climáticos. A pesquisa também ofereceu às seguradoras métricas para

a adoção das questões ASG em seus negócios.

Em outubro, foi promovido o encontro "GRI e Mercado Segurador – Relato de Sustentabilidade – Qual o valor dessa jornada?", em parceria com a *Global Reporting Initiative* – GRI, com o propósito de disseminar as boas práticas de sustentabilidade de iniciativa do setor de seguros.

Em linha com as ações de sustentabilidade, a Confederação também lançou, em 2014, seu novo *hotsite* de sustentabilidade, com layout mais interativo e matérias de interesse das seguradoras; colaborou com a elaboração do conteúdo do curso de sustentabilidade para o setor, ministrado em março e abril, fruto de uma parceria com a Fundação Getúlio Vargas do Rio de Janeiro, com a participação da Escola Nacional de Seguros; e contratou uma consultoria para construir uma matriz de materialidade para o mercado, ressaltando os temas de sustentabilidade mais relevantes.

Foi também em 2014 que a Confederação tornou-se parceira do Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável – CEBDS, a fim de atuar em conjunto nas iniciativas de interesse do setor, especialmente na área da sustentabilidade.



A Confederação também apoiou e participou da Pesquisa Mundial sobre a Construção de um Sistema Financeiro Sustentável, coordenada pelo Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente – Unef.



Ações estratégicas em defesa do consumidor de seguros

Para promover maior transparência na relação com os clientes, a CNseg alçou a temática consumidor à categoria estratégica em 2014. A ação prioritária nesse sentido foi o projeto, que continua em pauta para 2015, de realização de uma pesquisa de percepção do seguro pela sociedade, contemplando consumidores ou não de produtos de seguros.

Dentro desta filosofia, foi feita pesquisa de satisfação dos consumidores das classes C e D com o Seguro de Garantia Estendida, sob o comando da Comissão de Microsseguros e Seguros Populares – CMSP, da CNseg, com financiamento parcial do Banco Interamericano de Desenvolvimento – BID. A Comissão de Relação de Consumo – CRC, também apoiou o lançamento do projeto-piloto da campanha de Seguro Garantia Estendida em Belo Horizonte, além de contribuir para a elaboração do Manual de Boas Práticas sobre Garantia Estendida.

Em 2014, foi também elaborado o Guia de Acesso do Consumidor aos Canais de Relacionamento das Empresas do Setor de Seguros, ferramenta que facilita o contato com clientes na obtenção de informações, orientações e solução de controvérsias.

Ações de solidariedade chegam a muitos atores e ajudam a fazer diferença

No campo da solidariedade, o destaque ficou com o programa Mão Amiga, importante ação de Responsabilidade Social que oferece ajuda a instituições carentes, com doações feitas por colaboradores da Confederação e das Federações associadas. São três campanhas por ano, destinadas a idosos, crianças e animais abandonados.

Além das aulas de pilates, que já fazem parte do cotidiano de alguns funcionários, o programa Mais Leve 2014 promoveu uma caminhada na trilha do Parque da Catacumba, no Rio de Janeiro.

O ano marcou uma década de criação do coral Segure Sua Nota, composto por funcionários da CNseg e da Seguradora Líder-DPVAT. Para comemorar a data, houve apresentações no Dia do Idoso e ensaio fechado com o coral da TV Globo.

As crianças também foram contempladas com iniciativas voltadas para filhos e netos de funcionários e prestadores de serviço. No Dia da Criança, a Confederação abriu suas portas para a comemoração da data, com direito a lanches, brincadeiras e presentes.

E mais uma vez, como acontece todos os anos, desde 2009, a parceria realizada com o Hemorio envolveu seus funcionários e colaboradores na campanha de doação de sangue, que coletou 74 bolsas. Uma ação que ajuda a salvar vidas.





*Seguros, Previdência
e Empréstimo Consignado*

A COMPREV FOI UMA DAS PRIMEIRAS entidades de Previdência a apoiar programas filantrópicos operados por instituições particulares, além de incentivar, promover e contribuir para o crescimento educacional e profissional de seus colaboradores.

Em decorrência de sua transformação em Sociedade Anônima e visando atender à legislação que disciplina a assistência social, criou em 2014 o Instituto Comprev de Ação

Social – ICAS, que tem por objetivo executar as ações sociais e gerir os recursos na forma estatutária.

Em 2014, foi investido um total R\$ 170.791,52, sendo R\$ 91.370,49 destinados ao Programa de Assistência Educacional – PAE, com 23 colaboradores beneficiados, sendo 11 em cursos de graduação, sete em cursos de pós-graduação e cinco em cursos de aperfeiçoamento profissional.

O restante, no valor de R\$ 79.421,03, foi destinado ao Programa de Assistência Social – PAS, beneficiando instituições, como a Associação Pestalozzi de Goiânia, que oferece tratamento especializado a pessoas com deficiência intelectual, múltipla, síndromes, transtornos e autismo, além de assistência às famílias.

Também foram contempladas as seguintes instituições: Associação Pró-Vita, no Rio de Janeiro, especializada no transplante de medula óssea de crianças portadoras de câncer, que apoia os projetos do Instituto Nacional do Câncer e do Hemorio, e Associação Ressurgir (RJ), que ajuda crianças internadas no Hospital Municipal Salles Netto – HMSN, no Rio Comprido (RJ), a socializar-se através da conscientização dos direitos da criança e do adolescente, disponibilizando meios que promovam a melhoria da qualidade de vida das famílias assistidas.

Famílias em situação de pobreza são atendidas na Casa de Fabiano

Ainda no Rio de Janeiro, outra beneficiária foi a Casa de Fabiano, que mantém regularmente em operação uma unidade de atendimento a comunidades carentes no Morro dos Macacos, em Vila Isabel, com extensão para os morros vizinhos, como Pau da Bandeira, Cotia, Encontro e outros. O público-alvo é formado por famílias em situação de pobreza. Entre as atividades realizadas estão o apoio material e espiritual, refeições coletivas, doações, apoio a gestantes e portadores de doenças especiais, aulas de iniciação musical, bazar benéfico, entre outros.

O Dispensário São Vicente de Paulo – RJ também integra a lista. Instituição secular vizinha à sede da Comprev, dedica-se a acolher excluídos, principalmente população de rua. Mantém uma

creche para crianças de até sete anos de idade. São custeados, diariamente, pão, leite e manteiga para as crianças, além de doações em espécie.

O Programa de Assistência Social inclui também o Projeto Resgate, em Passa Quatro-GO, voltado para o tratamento de dependentes de álcool e drogas; o Lar de Clara e Francisco, que atua na comunidade Beira Rio, em Vargem Grande – RJ, proporcionando melhor qualidade de vida aos moradores locais por meio de ações sociais que geram oportunidades de desenvolvimento pessoal e coletivo; e, por fim, a Agência do Bem, que dá assistência a comunidades de baixa renda sem infraestrutura e serviços públicos de qualidade.



Ainda no Rio de Janeiro, outra beneficiária foi a Casa de Fabiano, que mantém regularmente em operação uma unidade de atendimento a comunidades carentes no Morro dos Macacos, em Vila Isabel, com extensão para os morros vizinhos, como Pau da Bandeira, Cotia, Encontro e outros.





ESCOLA NACIONAL de SEGUROS

A ESCOLA NACIONAL DE SEGUROS, através do programa Amigo do Seguro, qualificou, em 2014, um total de 292 jovens em sete cidades brasileiras. Foram 12 turmas, sendo cinco em São Paulo, duas no Rio de Janeiro e as demais em Aracaju – SE, Ribeirão Preto e Santos – SP, Recife – PE e Salvador – BA. Até dezembro, 106 alunos haviam conseguido estágio em empresas do Mercado de Seguros.

O programa oferece aulas de Língua Portuguesa, Excelência no Atendimento, Noções de Informá-

tica, Conceitos Básicos de Seguros, Orientação Profissional, Rotinas Administrativas e Matemática Financeira Básica. Na capital paulista, foi incorporada ao conteúdo uma nova disciplina: Técnica de Vendas.

Em 2014, foram mantidas as parcerias com o Instituto Techmail – SP; o Centro de Integração Empresa Escola – CIEE – Aracaju/SE, Recife/PE e Salvador/BA; o Instituto de Apoio a Programas de Estágio e Aprendiz – IAPE – Ribeirão Preto/SP; e

os Sindicatos dos Corretores de Seguros da Bahia, de Pernambuco, de Sergipe e de Ribeirão Preto.

Para ampliar a abrangência do programa, a Escola Nacional de Seguros firmou parceria com a Associação de Corretores de Seguros de Sergipe – Ascorseg; o Centro Integrado de Estudos e Programas de Desenvolvimento Sustentável – CIEDS; o Ensino Social Profissionalizante – Espro; o Instituto João Ferraz de Campos – IJFC; o Instituto Porto Seguro; o Sindicato das Seguradoras BA/SE/TO; e a SulAmérica Seguros.

O Amigo do Seguro foi criado para dar oportunidade de qualificação profissional e inserção no mercado de trabalho a jovens entre 16 e 20 anos, matriculados no ensino médio de escolas públicas. A participação de empresas do setor na absorção dos alunos em estágio é fundamental para o sucesso da iniciativa.

Programa leva tema educação no trânsito para salas de aula

Criado com o objetivo de disseminar informações sobre educação no trânsito, preservação da vida e Seguro DPVAT, o programa Se essa rua fosse minha beneficiou, em 2014, mais de 17 mil alunos de 220 escolas da rede pública dos seguintes estados: Rio de Janeiro, São Paulo, Minas Gerais, Rio Grande do Sul, Santa Catarina e Paraná.

Compostos por livros, manual de instruções, DVD, jogos, cartazes, bolsa de material reciclável e certificado de conclusão do curso, os kits foram utilizados por 391 professores como conteúdo de apoio para abordar o tema da educação no trânsito em sala de aula.

Através da doação de títulos para bibliotecas em sindicatos dos corretores de seguros, Sindicatos

das seguradoras e Entidades parceiras, o programa Saber seguro difunde conhecimento sobre seguros e facilita o acesso à literatura especializada. Em 2014, doou 70 títulos ao Sincor Tocantins, todos publicados pela Escola Nacional de Seguros.

O Saber seguro expande a atuação da Escola a outros públicos, já que se trata da doação de livros infanto-juvenis a unidades da rede pública dos ensinos fundamental e médio. As instituições beneficiadas são indicadas por sindicatos, associações de seguros e pelas unidades regionais da Escola. Em 2014, foram entregues mais de mil livros para quatro escolas do Rio de Janeiro.

O programa EcoEficiente teve início em 2011, com o objetivo de conscientizar fornecedores da Escola para a adoção de práticas com critérios socioambientais na contratação de serviços e produtos, a fim de proteger o meio ambiente.

Em 2014, foram impressas 14.922.000 páginas de material didático na gráfica Walprint, certificada na cadeia de custódia FSC®. Este selo garante que determinada matéria-prima florestal provenha de um manejo considerado social, ambiental e economicamente adequado, seguindo princípios que respeitam o meio ambiente, os trabalhadores e a comunidade.





FUNDADO EM 1913, em porto alegre, por professores oficiais do Colégio Militar preocupados em assegurar financeiramente as famílias dos militares que estavam indo para a guerra, o GBOEX completa 102 anos de existência no dia 24 de maio. Durante este período, a empresa sempre se preocupou com o bem-estar dos associados e de suas famílias. Para realizar a sua missão, promove e interage com a comunidade, investe em colaboradores, capacita a força de trabalho e se dedica a uma relação saudável com os parceiros comerciais.

Sempre consciente de que uma corporação tem que contribuir para o desenvolvimento de uma sociedade mais justa, a empresa apoia projetos de grande relevância na área social. No Rio Grande do Sul, mantém parcerias com o Banco de Alimentos, integrante do Sistema Fiergs – Fundação Gaúcha dos Bancos Sociais, que atua no combate à desnutrição e à obesidade, gerando mais saúde, bem-estar, diminuição da violência e maior inclusão social.

Outras parcerias são com o Programa de Apoio ao Toxicômano – Pacto, que trabalha a prevenção,

recuperação e ressocialização de dependentes químicos, bem como apoia familiares dos internos através de reuniões semanais e obrigatórias; a Associação Gaúcha de Equoterapia e o Centro Gaúcho de Equoteraia, que atendem portadores de necessidades especiais por meio de atividades com uso de cavalos; a Associação de Assistência à Criança Deficiente – AACD/RS, instituição filantrópica que trata, reabilita e reintegra à sociedade crianças, adolescentes e adultos portadores de deficiência física; e o Desafio Resgate Jovem de Novo Hamburgo, organização sem fins lucrativos que atua na área de dependência química.

Campanhas incentivam doação de agasalhos e de brinquedos

O GBOEX manteve seus projetos na área socioambiental, reforçando o Programa Ambiente Responsável Atitudes GBOEX para Viver Melhor, implantado em 2009. O objetivo é disseminar, entre colaboradores, corretores, associados e parceiros, as campanhas de arrecadação de agasalhos, entre-



gues a moradores da Ilha da Pintada, em Porto Alegre; de doação de brinquedos, para o Projeto Vó Chica, que atende mais de 200 crianças; e de distribuição de balas no Dia das Crianças aos pacientes da AACD-RS.

Para o Lar Santo Antônio dos Excepcionais, entidade que abriga crianças, adolescentes e adultos portadores de lesão cerebral, foram concedidos utensílios domésticos, toalhas de banho, roupas de cama e cobertores.

O Programa Ambiente Responsável oferece, aos colaboradores, os Momentos de *Coaching* e *Mentoring*, trabalho que consiste no desenvolvimento das habilidades individuais para o alcance de resultados coletivos.

Como parte do Programa de Inclusão de Pessoas com Deficiência, o GBOEX assegura aos funcionários integração com qualidade e um trabalho de acompanhamento e adaptação realizado junto às áreas. Ao deficiente auditivo ou de fala, oferece um número exclusivo para suas demandas: 0800-200-0819. E, para os deficientes visuais, os *links* do site têm comentários que podem ser lidos por softwares específicos. Outros recursos também são utilizados, entre eles, a opção para que o usuário aumente o tamanho das letras e o acesso total pelo teclado, inclusive ao Fale Conosco. Os *links* disponibilizados levam às páginas buscadas pelo usuário, facilitando sua usabilidade.

Em parceria com o Centro de Integração Empresa Escola – CIEE-RS, contribui para a formação de adolescentes por meio do Programa Aprendiz Legal, dando oportunidade de trabalho remunerado e auxílio aos menores durante a experiência profissional, podendo até mesmo contratá-los. Os jovens e os gestores contam com recursos psicopedagógicos que auxiliam no processo de integração na área.

Iluminação especial da sede ajuda a divulgar campanhas de saúde

Por meio do Programa Colaborador Legal, o GBOEX incentiva os colaboradores a participarem nas campanhas de voluntariado: volta às aulas, doação de ovos de Páscoa, esclarecimento de sobre prevenção de doenças, conscientização sobre a importância do autoexame de mamas e arrecadação de cabelos e perucas para doação ao Instituto da Mama – Imama. No Novembro Azul, não poderia ser diferente: cuidados em relação à saúde do homem, com informações sobre câncer, exames preventivos e dicas de alimentação. Durante essas campanhas, o prédio da sede da empresa fica iluminado nas cores rosa e azul, alusivas às campanhas mundiais.

Ainda em 2014, a entidade promoveu a continuidade do Projeto Bem-Estar, que incentiva a prática de uma vida mais ativa e com saúde, apoiando com recursos os colaboradores em atividades desportivas, como corridas, caminhadas e outros.

Em todo o Brasil, outras associações foram apoiadas por meio de ações desenvolvidas por unidades, representações e pontos de atendimento do GBOEX, que realizam doações, programas de arrecadação e atividades em sua região. Essas ações são divulgadas nos informativos e nas redes sociais da empresa.

Além de envolver os colaboradores, o GBOEX promove a participação de associados, corretores e fornecedores, estendendo campanhas por meio de seus canais de comunicação. O site da empresa disponibiliza o Curso de Sustentabilidade no módulo EAD e muitos convênios na área da saúde para o benefício dos clientes.

O GBOEX é sinônimo de tradição, segurança e solidez conquistadas ao longo de 102 anos. Outras informações através do site <http://gboexcentenario.com.br>



Ainda em 2014, a entidade promoveu a continuidade do Projeto Bem-Estar, que incentiva a prática de uma vida mais ativa e com saúde, apoiando com recursos os colaboradores em atividades desportivas, como corridas, caminhadas e outros.





UMA DAS MAIORES COMPANHIAS da Europa, o Grupo Generali se destaca ao longo da história pela atuação e dedicação com seus colaboradores e as comunidades onde atua, com princípios de profissionalismo, transparência e responsabilidade.

Para demonstrar seu comprometimento social e respeito ao meio ambiente, o Grupo participa desde 2007 e 2010, respectivamente, do Pacto Global da ONU e do *Carbon Disclosure Project*.

A atenção da Generali com o meio ambiente foi recompensada com o reconhecimento em vários *rankings* ambientais. O Grupo ficou na 12ª posição no *Green Ranking*, entre as 500 maiores empresas do mundo em 2012, publicado pela revista *Newsweek*.

A Generali também implantou um Sistema de Gestão Ambiental em Grupo que respeita os requisitos da norma ISO 14001. A principal meta é gerir os aspectos ambientais mais significativos e a execução da política ambiental. Por conta de várias

iniciativas lançadas em todo o mundo, os objetivos contidos no programa ambiental foram atingidos. Nos primeiros meses de 2013, após a verificação dos resultados, novos objetivos e metas foram estabelecidos para o período 2013 a 2015.

Em 2014, o Grupo Generali recebeu a nota C+ na avaliação ESG, que mede o impacto das atividades da companhia em três esferas: Meio Ambiente (*Environmental*); Social (*Social*), que contempla clientes, fornecedores, colaboradores e sociedade; e Governança (*Governance*).

Busca do equilíbrio entre os negócios e o meio ambiente

Em 2014, a Generali investiu em tempo, talento e recursos no desenvolvimento de projetos socioambientais, que traduzem os quatro objetivos sustentáveis da companhia no País: manter o crescimento sustentável em curso; maximizar o engajamento de seus colaboradores através de ações socioambientais; continuar apoiando as comunidades onde atua, pela participação em iniciativas que criam bem-estar entre colaboradores; e promover a redução dos impactos ambientais diretos e indiretos.

Assim, a Generali contribui positivamente para o desenvolvimento sustentável, por meio da gestão e redução do impacto ambiental direto e indireto de suas atividades, buscando o equilíbrio entre as necessidades da companhia e do meio ambiente.

Para celebrar o Dia Mundial da Água, em 22 de março, a empresa divulgou dicas para o uso consciente do produto, proporcionando economia do recurso natural.

Em abril, a matriz e a filial Rio de Janeiro participaram da ação Páscoa Solidária, arrecadando

chocolates para o projeto Uerê, localizado na capital fluminense. A magia da data foi levada para cerca de cem crianças.

Contando cada vez mais com a participação dos colaboradores, a campanha Doe Calor, Doe Agasalho, promovida em julho de 2014, beneficiou 972 pessoas com peças de roupas e cobertores distribuídas para diversas instituições carentes indicadas pelos escritórios da Generali no País.

Por saber que o futuro se constrói com educação, a Generali custeia a bolsa de estudos de uma jovem do projeto Uerê, que atualmente cursa o 5º ano na Escola Nossa Senhora de Bonsucesso, no Rio de Janeiro. O acompanhamento do rendimento escolar dela é feito mensalmente. Em reconhecimento às boas notas da aluna, a companhia lhe ofereceu um *iPad*, na convicção de que o uso da tecnologia pode ser um grande aliado dos estudos.



Para celebrar o Dia Mundial da Água, em 22 de março, a empresa divulgou dicas para o uso consciente do produto, proporcionando economia do recurso natural.





Icatu

SEGUROS

A ICATU SEGUROS PRATICA E APOIA ações voltadas para a sustentabilidade e a responsabilidade social, por meio de diferentes iniciativas. Desde a sua fundação, a companhia cultiva valores e compromissos que vão muito além do aspecto financeiro. O trabalho tem como objetivo garantir um futuro sustentável para clientes, parceiros comerciais e funcionários.

Entre os projetos patrocinados o destaque vai para o curso pré-vestibular gratuito Emancipa, em Porto Alegre, que prepara para o Enem

estudantes de escolas públicas que já tenham concluído ou estejam cursando o último ano do ensino médio.

O Instituto Bola pra Frente é parceiro da Icatu Seguros desde 2009, com destaque para o projeto Craque de Bola e de Escola, o Centro de Capacitação Toque de Mestre II e o Programa Esporte em Ação.

Desde 2007, a companhia patrocina a Fundação Pró-Saber, que beneficia a creche da favela de Paraisópolis, em São Paulo.

Também há apoio, desde 2008, ao Projeto Constelação, que trabalha com comunidades da periferia do Rio de Janeiro, investindo na formação educacional e profissional de centenas de crianças e jovens, além de seus familiares.

A Icatu Seguros também abraça a causa do Projeto Social da Mangueira, contribuindo com a formação de centenas de crianças e jovens. E acredita no programa Menor Aprendiz oferecendo, para dezenas de jovens carentes, a oportunidade do primeiro emprego na Companhia. Isso há mais de 10 anos.



A Icatu Seguros mantém uma parceria de muito sucesso com o Instituto Ronald McDonald, uma sociedade sem fins lucrativos que oferece, por meio de várias iniciativas, apoio ao tratamento de crianças e adolescentes com câncer.



Apoio ao tratamento de crianças e adolescentes com câncer

A Icatu Seguros mantém uma parceria de muito sucesso com o Instituto Ronald McDonald, uma sociedade sem fins lucrativos que oferece, por meio de várias iniciativas, apoio ao tratamento de crianças e adolescentes com câncer. O produto Troco Premiado destina parte do valor pago à instituição somando, desde 2006, mais de R\$ 4 milhões repassados. Além disso, há apoio a eventos da instituição, como torneio de golfe benéfico.

Por meio de doações, desde 2008 a Icatu Seguros ajuda a Operação Sorriso, ONG reconhecida pela ONU, que gratuitamente realiza operações de correção de lábio leporino e fissura palatina em crianças e adolescentes de comunidades carentes.

A Icatu Seguros também apoia o programa Médico sem Fronteiras, que contribui para o tratamento de crianças em centros de desnutrição, campanhas de vacinação em massa, distribuição de itens de auxílio e atendimento médico e psicológico em clínicas móveis e campos de refugiados superlotados.

A companhia colabora com o Hospital Pequeno Príncipe, em Curitiba, que tem como missão promover a saúde da criança e do adolescente por meio da assistência, do ensino, da pesquisa e da mobilização social.

Em relação ao meio ambiente, há anos a Icatu Seguros faz doação dos materiais institucionais não utilizados (roupas, itens de escritório e acessórios) para fundações filantrópicas, como o Instituto da Criança e o Instituto Bola pra Frente.

Os resíduos gerados pela empresa são destinados à reciclagem, através da doação para catadores de lixo da Associação Rio Coop (co-

perativa de coleta seletiva e reciclagem). Todos os anos, são reunidas cerca de 80 toneladas de material reaproveitável.

Todos os anos, os funcionários são incentivados a participar de diversas campanhas de voluntariado, como o Natal das instituições Obra do Berço, na Lagoa Rodrigo de Freitas, no Jardim Gramacho e em Duque de Caxias, e Lar Santa Catarina, em Petrópolis. Também recebem apoio o Natal dos Correios, a Campanha do Agasalho (Instituto da Criança), a Volta às Aulas (Instituição Béu Machado) e outros.

Compromisso com a cultura brasileira é prioridade

A Icatu Seguros tem o apoio da cultura brasileira como uma de suas prioridades. O projeto do livro "Edu Lobo: são bonitas as canções – uma biografia musical", que refaz a trajetória do

músico e compositor, é um exemplo desse compromisso. O livro conta os bastidores da criação de seus clássicos, aproveitando a comemoração dos 70 anos do músico, além de trazer uma seleção de 123 imagens e discografia completa.

A peça "Deixe que eu te ame", com direção de Aderbal Freire Filho, texto de Alcione Araújo e direção musical de Edu Lobo, também contou com o apoio da companhia.

A Icatu Seguros é associada ao Instituto Ethos, que tem como missão mobilizar, sensibilizar e ajudar as empresas a gerir seus negócios de forma socialmente responsável, tornando-as parceiras na construção de uma sociedade justa e sustentável.

No esporte, desde 2011 e até o ano que vem, a empresa patrocina os atletas de vela Marco Grael e Gabriel Borges por meio do projeto Bons Ventos 2016, com o objetivo da preparação deles para os Jogos Olímpicos Rio 2016.





O INSTITUTO JOEL MALUCELLI DESENVOLVEU, em 2014, projetos através de leis de incentivo fiscal, como a Lei de Incentivo à Cultura – Lei Rouanet, Fundo Municipal da Infância e da Adolescência – FIA, Programa Nacional de Apoio à Atenção Oncológica – Pronon, Lei do Idoso – Estatuto e Lei de Incentivo ao Esporte.

Também foram desenvolvidos projetos próprios do Instituto, como Vamos ao Teatro, Programa de Voluntariado, Projeto Coleta Seletiva e Projeto Obras da Educação. As ações foram implementadas com campanhas feitas internamente. Os colaboradores participaram e concorreram a ingressos. As doações foram entregues a instituições que cuidam de pessoas carentes.



Uma empresa do grupo Liberty Mutual.

O SINAL LIVRE, iniciativa da Liberty Seguros que difunde boas práticas, gerando engajamento e conscientização das pessoas para uma locomoção mais segura, implantou, ao longo de 2014, um projeto de Educomunicação em sete cidades do País – Belo Horizonte, Curitiba, Porto Alegre, São Paulo, Salvador, Rio de Janeiro e Fortaleza. Trata-se de uma metodologia pedagógica que usa os meios de comunicação para gerar conteúdo e informação.

O público principal do projeto são estudantes da rede pública no ensino fundamental 2 e ensino médio. No período, 285 jovens participaram diretamente da iniciativa Agentes de Mobilidade Urbana, desenvolvendo e colocando em prática planos para conscientizar suas comunidades sobre a importância do tema.

Todas as ideias implantadas pelos jovens foram constituídas a partir de três pilares: a mobili-

dade verde, estimulando a escolha de meios de locomoção que causem menor impacto ao meio ambiente; a fluidez, reforçando o respeito entre todos os meios de transporte dentro dos espaços de deslocamento nos grandes centros urbanos; e a segurança no trânsito, trabalhando efetivamente na prevenção de acidentes. Por meio dessas ideias, cerca de 8.950 pessoas foram impactadas indiretamente pelo Sinal Livre.

Jovens foram convidados para ver os jogos da primeira fase da Copa do Mundo

Participantes do projeto, 108 jovens foram convidados pela seguradora para ver os jogos da primeira fase da Copa do Mundo da FIFA 2014™. Além disso, integrantes da Escola Olodum (Salvador), da Rede Cuca (Fortaleza), da Associação Miríade (Curitiba), do Cepas (Belo Horizonte), do Cieds (Rio de Janeiro) e do Projeto Quixote (São Paulo) também receberam ingressos da Liberty Seguros e foram aos estádios de suas cidades.

O estudante Fábio Gonçalves, de 14 anos, do Centro de Promoção e Assistência Social Ana Bernardina – Cepas, de Belo Horizonte, contou que era a primeira vez que ia a um estádio de futebol e que guardaria o ingresso como recordação daquele momento inesquecível.

Como seguradora oficial do evento, a Liberty Seguros promoveu intervenções urbanas em seis municípios em que acontece o Projeto Sinal Livre, em parceria com ONGs locais. Os agentes do projeto se juntaram a participantes de iniciativas culturais dessas ONGs para criar performances artísticas, que foram apresentadas em faixas de pedestre em Salvador, Fortaleza, Curitiba, Rio de Janeiro e São Paulo.



Football For Hope permite acesso a programas que beneficiam jovens no mundo todo

A Liberty Seguros participou, de 7 a 10 de julho, do *Football For Hope Festival* da FIFA, realizado na Vila Olímpica Mané Garrincha, no Rio de Janeiro. O Football For Hope permite acesso a programas que beneficiam jovens no mundo todo. O evento reuniu delegações de participantes de projetos de vários países que recebem esse incentivo, além da comu-

nidade do Caju. A ideia foi a de promover a confraternização com competições no estilo *Fair Play*.

No evento, aberto ao público, a Liberty teve um estande que contou com cerca de 1,5 mil interações, com jogos que estimulam a educação no trânsito e a mobilidade urbana. Houve jogo de percurso com orientações sobre mobilidade urbana e um de memória a respeito do tema, além de vídeos e conteúdos sobre o projeto Sinal Livre, segundo ressaltou Karina Louzada, superintendente de Comunicação e Marca Institucional da Liberty Seguros.

Sobre a importância da faixa de pedestres, o Sinal Livre realizou, na Semana Nacional de Trânsito de 2014, ações de conscientização em Fortaleza, Porto Alegre e São Paulo. Em Fortaleza, a parceria foi com o Instituto Cuca e, em Porto Alegre, com a NCC Belém. As intervenções aconteceram com cartazes em que estava escrita a frase de conscientização sobre o tema: Atravessar na faixa de pedestre. #esseeomeuexemplo.

Em São Paulo, as ações foram em quatro cruzamentos. Nas intervenções, artistas grafiteiros do Projeto Quixote fizeram arte para conscientizar motoristas e pedestres sobre o uso da faixa. Os desenhos ficaram expostos por cerca de 90 dias e tiveram a assinatura da campanha Atravessar na Faixa #esseeomeuexemplo.

Difusão de boas práticas estimula conscientização sobre mobilidade urbana

A primeira edição do Prêmio Sinal Livre de Mobilidade Urbana, uma ação da Lynx Consultoria em parceria com a Liberty Seguros e o Sinal Livre, tem como objetivo a difusão de boas práticas para estimular o engajamento e a conscientização sobre uma locomoção mais segura. O prêmio, com o tema Como a sua iniciativa contribui para uma cidade ideal?, teve 47 inscrições e mais de 940 votos entre os cinco finalistas.

Com 288 dos votos, o projeto *Fairbikes* – Faça estas bicicletas aparecerem! foi o vencedor da 1ª edição do Prêmio Sinal Livre de Mobilidade Urbana. O *Fairbikes* consiste em reformar bicicletas que estavam encostadas em garagens de Curitiba e emprestá-las a intercambistas, que são o foco Rede de Estudantes de Intercâmbio em Curitiba – REI Curitiba.

Os intercambistas ficam com a bicicleta de seis meses a dois anos, período que costuma durar o intercâmbio. Eles pagam um valor de caução (R\$ 200) e uma taxa (R\$ 100), usada para a manutenção. O projeto promove a integração dos jovens e incentiva a replicação do modelo em outras comunidades.



A primeira edição do Prêmio Sinal Livre de Mobilidade Urbana, tem como objetivo a difusão de boas práticas para estimular o engajamento e a conscientização sobre uma locomoção mais segura.





EM LINHA COM A SUA MISSÃO de ser uma seguradora global de confiança, a MAPFRE apostava na diversificação geográfica e de produtos e serviços para potencializar o relacionamento com todos os *stakeholders*.

A sustentabilidade, totalmente integrada à sua gestão estratégica, é outro aspecto relevante para a empresa, que orienta as decisões a partir do equilíbrio dos aspectos econômico, social e ambiental, incentivando sua cadeia de valor em busca de resultados integrados e de uma atuação equilibrada.

Esse comprometimento foi reconhecido em 2014, com a conquista do Prêmio Câmara Espanhola de Sustentabilidade, organizado pela Câmara Espanhola de Comércio no Brasil, na categoria Sustentabilidade Aplicada ao Negócio.

A valorização e o desenvolvimento dos colaboradores fazem parte da estratégia da MAPFRE, que investe na capacitação profissional de seus colaboradores sobre assuntos técnicos, comerciais e corporativos, totalizando 10,05h/treinamento por colaborador.

Capacidade de transformar ideias em projetos



Em 2014, diante da crise hídrica que culminou com a falta de água em várias cidades do país, foram desenvolvidas iniciativas para reforçar a conscientização sobre o uso correto da água entre os colaboradores, como a publicação de dicas e orientações nos murais, o que resultou na redução de 9% do consumo na sede administrativa.



Dentre as ações promovidas em 2014, destaca-se a realização da edição brasileira do Avanza, um programa de treinamento oriundo da MAPFRE Espanha que tem como objetivo melhorar a *performance* dos gerentes executivos participantes, ampliando sua visão sistêmica do negócio e aprimorando a capacidade de transformar ideias em projetos. Ao todo, foram promovidas mais de 200 horas de formação a cada um dos participantes.

Para garantir mais segurança e transparência ao processo de investimento de recursos financeiros, foi lançada uma ferramenta no segmento de Investimentos, denominada Cadastro *Online*, que permite ao cliente preencher, de forma *online* no site da companhia, todas as informações para identificação e adequação de seu perfil de risco.

Durante o ano, também teve início a operação de Seguros Saúde, com uma atuação focada no segmento Corporativo e no conceito de gestão da saúde, com um posicionamento direcionado para prevenção e qualidade de vida dos clientes.

O cuidado com o meio ambiente é um compromisso da companhia, que mantém um posicionamento responsável em relação ao tema. A empresa conta com uma Política de Gestão Ambiental que norteia sua atuação e contempla questões associadas ao negócio, de forma que os processos, as atividades e os serviços sejam realizados com o menor impacto ambiental possível.

Em 2014, diante da crise hídrica que culminou com a falta de água em várias cidades do país, foram desenvolvidas iniciativas para reforçar a conscientização sobre o uso correto da água entre

os colaboradores, como a publicação de dicas e orientações nos murais, o que resultou na redução de 9% do consumo na sede administrativa.

Valores ajudam na formação do cidadão e no desenvolvimento do setor

A Fundação MAPFRE é uma instituição sem fins lucrativos, criada pelo Grupo MAPFRE para disseminar valores e cultura para a sociedade, garantindo a formação do cidadão e o desenvolvimento do setor de Seguros.

Parceira das mais importantes entidades e organizações sociais do país, a Fundação ocupa posição de destaque no cenário nacional, sendo cada vez mais reconhecida pela sociedade como uma instituição que investe em temas relevantes como cultura, prevenção e segurança viária, ação social, promoção da saúde, seguros e previdência social.

Em 2014, o programa Voluntários realizou 20 campanhas de arrecadação, que contaram com a participação de 80 colaboradores e beneficiaram diretamente 1,3 mil pessoas entre crianças, jovens e idosos. A Fundação MAPFRE também deu continuidade ao programa Formando Comunidades, mantendo o apoio a 19 entidades que desenvolvem projetos nas áreas de educação, saúde e nutrição, beneficiando 8,5 mil pessoas no ano.

Para melhorar a qualidade de vida e contribuir com a prevenção de acidentes e a promoção da saúde, são desenvolvidos dois programas. O primeiro é o Viver com Saúde, que estimula a adoção de hábitos saudáveis entre estudantes. Em 2014, foram promovidas 24 capacitações com 605 professores de 542 escolas e a participação de 65.330 alunos. O segundo, Com Maior Cuidado, foca na

prevenção de acidentes com idosos. Durante o ano, foram realizadas 41 capacitações, que beneficiaram 3.325 idosos e 1.038 profissionais diretos.

São três os programas desenvolvidos na área de prevenção e segurança viária. Na Pista Certa promove atividades práticas relacionadas ao trânsito com crianças de 6 a 10 anos. Em 2014, foram realizadas 17 operações (em SP e MG), com a participação de 13.854 crianças e 745 professores.

Formação de professores em temas ligados à segurança viária

O programa Educação Viária é Vital direciona-se à formação de professores em temas ligados à segurança viária. Durante o ano, foram promovidas 71 capacitações, com 1.449 professores de 728 escolas e 15 mil alunos beneficiados.

Por fim, o Segurança Viária para Idoso, criado para incentivar o debate sobre a segurança viária nessa faixa etária. Em 2014, os principais resultados foram: 41 capacitações, que beneficiaram 3.325 idosos e 1.038 profissionais diretos, e 147.308 idosos e 18.577 profissionais indiretos.

Para disseminar o conhecimento e a cultura de seguros entre profissionais do setor e a sociedade, foram promovidas quatro edições do BugaMAP, um jogo de simulação empresarial aplicado ao mercado de seguros com a participação total de 70 pessoas. Também foram publicadas três edições da Revista Gerência de Riscos, com a distribuição de três mil exemplares para grandes empresas, técnicos e corretores.

Na esfera cultural, foi feito o lançamento do 5º e último volume da coleção História do Brasil Nação: 1808-2010, intitulado Modernização, ditadura e democracia: 1964-2010.



MONGERAL AEGON

Construa seu amanhã

A MONGERAL AEGON REALIZOU, em 2014, uma reestruturação para incorporar cada vez mais as melhores premissas de sustentabilidade à estratégia de negócios. Por esse motivo, o ano foi de aprofundamento de diagnóstico e definição de ações relevantes, que passam a ser conduzidas sob gestão da área de Comunicação, em parceria com a diretoria de Relações Institucionais, também responsável por governança e *compliance*.

Em paralelo, a Mongeral Aegon desenvolveu ações diretamente relacionadas ao *core business* – soluções em Seguros de Vida e Previdência Privada Individuais, Tendo como guia o propósito de ajudar as pessoas a assumirem a responsabilidade por seu futuro financeiro, os investimentos foram priorizados para impactar sua cadeia de valor.

Desde 2002, a Mongeral Aegon é uma das únicas seguradoras no mercado habilitadas pela Escola

Nacional de Seguros – ENS a formar corretores de seguros para o mercado, com a certificação da Susep. Ao longo desses anos, o programa já habilitou mais de dois mil profissionais e, somente em 2014, foram mais de 780 treinados.

Universidade conta com seis escolas em formato presencial e online

O lançamento da Universidade Mongeral Aegon também merece destaque. São seis escolas – Corporativa, Lideranças, Negócios, Operações, Técnica e Cidadania e Sustentabilidade – e todas elas abrigam grades de treinamentos divididos em etapas de formação, capacitação e desenvolvimento, ofertados nos formatos presencial, *online* e *blended* (presencial e *online*).

A escola de Cidadania e Sustentabilidade é a que tem atuação voltada para os demais públicos, que não colaboradores e corretores parceiros.

O objetivo é levar educação financeira a um número cada vez maior de pessoas. Em maio de 2014, durante a 1ª Semana Nacional de Educação Financeira – ENEF, o portal de conteúdo da companhia, EuPlanejo360.com.br, abordou uma série sobre o tema. O assunto também foi amplamente trabalhado nas redes sociais da companhia e em palestras para funcionários de todo o Brasil.

Como continuidade, em 2014 a Mongeral Aegon levou, pela primeira vez, a educação financeira para o Dia das Crianças. Além de engajar os filhos dos colaboradores com atividades lúdicas sobre finanças na programação especial para a Semana da Criança, foi produzida uma série de conteúdos para as redes sociais da companhia e para o portal EuPlanejo360.com.br, incluindo um jogo para *download*.

Ao longo do ano, a Mongeral Aegon consolidou uma estratégia integrada de marketing digital para a distribuição de Seguros de Vida e Previdência,



que inclui a primeira loja com o processo de compra totalmente *online* no Brasil. A partir do novo canal *web*, foi possível o desenvolvimento de lojas personalizadas para corretor e parceiros, que puderam se inserir no ambiente digital e levar informação e produtos de proteção financeira para a sociedade em qualquer lugar do País. O *case* da estratégia digital da Mongeral Aegon foi vencedor do Prêmio Antônio Carlos de Almeida Braga, da CNSeg.

Tal estratégia reforça o entendimento de proximidade da empresa – estar disponível para os clientes qualquer que seja o meio desejado por eles. E de abrangência de suas soluções, compostas pelo Seguro Popular Minha Família, um amplo leque de soluções que atendem às necessidades de proteção financeira para os riscos sociais de morte, invalidez e sobrevivência, Vida Toda e *Private Solutions*, para pessoas com necessidades de capitais elevados, de até R\$ 15 milhões.

Ações de voluntariado foram incorporadas ao calendário anual

Alinhado com o processo de reestruturação das iniciativas existentes sob o escopo de sustentabilidade, as quatro ações de voluntariado – Páscoa, Dia das Crianças, Inverno e Natal – foram unificadas de forma a criar um relacionamento continuado da empresa e de seus colaboradores com os beneficiados. Instituições em todo o Brasil foram mapeadas para se tornarem parceiros fixos em cada uma das regiões nas quais a empresa está presente. Trinta instituições e mais de duas mil pessoas foram beneficiadas. Outra novidade foi a incorporação dessas ações no calendário de atividades anual e de forma integrada aos programas que já ocorrem na companhia, como o de mobilização dos colaboradores.

Através da Lei de Renúncia Fiscal, prevista no Estatuto da Criança e do Adolescente, a Mongeral Aegon segue patrocinando parte do projeto Pelo Direito à Vida, do Hospital Pequeno Príncipe, em Curitiba (PR), que há mais de 30 anos é referência em pediatria no País. O projeto consiste na aquisição de materiais e equipamentos para desenvolvimento de pesquisas científicas, qualificação profissional e produção de conhecimento, de forma a melhorar a qualidade de vida dos pacientes e a reduzir a mortalidade infanto-juvenil.

A Mongeral Aegon é signatária das iniciativas Pacto Global, Princípios para Sustentabilidade em Seguros, Princípios para o Investimento Responsável e *Natural Capital Declaration*. Em relação ao *Carbon Disclosure Project* – CDP, sigla em inglês, a companhia decidiu seguir somente como observadora das atividades desenvolvidas, e não mais membro apoiador, em razão da redefinição do posicionamento com relação ao tema.



Outra novidade foi a incorporação dessas ações no calendário de atividades anual e de forma integrada aos programas que já ocorrem na companhia, como o de mobilização dos colaboradores.





OS CONCEITOS E ATRIBUTOS da Responsabilidade Social e Ambiental sempre estiveram em pauta nas estratégias corporativas e de negócios da Porto Seguro. Um exemplo foi a inclusão deste posicionamento na missão da empresa. A conquista e visibilidade fizeram com que funcionários e demais públicos da Porto Seguro passassem a olhar as atividades e o próprio negócio com esse viés.

Seguindo esse novo modelo de atuação, a sustentabilidade tornou-se integrada e sistêmica, voltada a cada um dos inúmeros produtos e serviços, potencializando assim a leveza e a gentileza com que a empresa busca atender seus públicos de interesse. As atividades desenvolvidas ao longo do ano foram divididas em duas vertentes: projetos sociais e ambientais.

Os projetos sociais contemplaram o Programa de Voluntariado: aproximadamente 1,3 mil participações que atenderam, por meio de ações pontuais, como oficinas socioeducativas, palestras educacionais, atividades de lazer e qualidade de vida, 13.138 pessoas em organizações sociais do Brasil. Já as Campanhas de Arrecadação coletaram 79.050 itens, beneficiando 54.381 pessoas de 113 instituições credenciadas pela Porto Seguro.

Outro projeto social são os cursos de capacitação profissional para pessoas de 16 a 60 anos: em 2014, foram preparadas 431 pessoas nos cursos de técnico administrativo básico em seguros, auxiliar de mecânica, funilaria e pintura, orçamentista de auto, auxiliar de instrumentos de alarmes monitorados, elétrica e hidráulica, formação em portaria, formação em recepção e socorrista de auto.

Dentro do projeto de Geração de Renda e Formação Inicial, 680 pessoas participaram dos cursos de auxiliar de cabeleireiro, cabeleireiro profissional, manicure, montagem e manutenção de micros, informática, auxiliar de escritório e artesanato. O percentual de alunos que conseguem obter renda em decorrência do curso realizado gira em torno de 78%.



O percentual de alunos que conseguem obter renda em decorrência do curso realizado gira em torno de 78%.



Oficinas pedagógicas complementam atividades do ensino formal

Ainda na linha social, o projeto Ação Educa está dividido em turmas de acordo com a faixa etária (6 a 15 anos) e visa o complemento das atividades do ensino formal por meio de oficinas pedagógicas. Em 2014, o projeto atendeu 101 crianças em oficinas como educação e cidadania, esporte cooperativo, capoeira, dança, música, incentivo à leitura e escrita, artesanato, informática e futsal.

Em 2014, o projeto Educação em Parceria atendeu três escolas da rede pública, totalizando 2.450 alunos no Informática Educativa; 95 atendimentos psicológicos e psicopedagógicos; 42 participações em oficinas de leitura e escrita; 460 alunos em Educação Profissionalizante; 118 atuações de alunos no Projeto Apoio ao 8º e 9º anos; 74 professores na formação continuada em língua portuguesa e matemática; participação de 145 professores em oficinas de desenvolvimento humano; 120 pessoas formadas nos cursos profissionalizantes em técnicas administrativas, portaria, recepção, informática e manicure.

Na esfera ambiental, a Porto Seguro tem quatro eixos de atuação: Educação Socioambiental, Sistema de Gestão Socioambiental, Regulação Socioambiental e Produtos Sustentáveis.

Na Educação Socioambiental, foram realizados 15 encontros que reuniram 647 participantes, onde foram discutidos temas como sustentabilidade em negócios, mudanças climáticas, cidadania, entre outros. Além disso, há o Portal Ecoambiente e Talento Voluntário: ambiente *online* acessível para funcionários e prestadores, que reúne matérias atualizadas sobre sustentabilidade na Porto Seguro. No ano, foram 40 matérias.

O Sistema de Gestão Socioambiental tem o objetivo de oferecer às áreas de negócios e corporativas consultoria especializada em gestão ambiental, para que as atividades que contenham riscos de impacto ambiental sejam gerenciadas. As principais ações foram: Programa Hora da Terra, cujo foco é apagar parte das luzes dos prédios da Porto Seguro entre 11h30 e 13h30. Em 2014, foram economizados R\$ 65.048,56, valor correspondente ao consumo médio de 95 famílias paulistanas em um mês.

A campanha de reciclagem de óleo de cozinha ampliou a coleta em oito pontos. Foram captados 1.346 litros. A de reciclagem de cartões, pilhas e baterias coletou 2.571 quilos de resíduos em 2014. Na coleta seletiva, somente na grande São Paulo (Matriz, sucursais e regionais), houve captação de 627 toneladas de resíduos orgânicos e 266 toneladas recicláveis, que foram destinadas à cooperativa Coopercicla, gerando renda de R\$ 136.684. Também houve incremento aos programas Inventário de Emissões. A fim de reduzi-las, houve o suporte de projetos como Atendimento com Bicicletas, Guinchos Light e Guinchos Leves, Programa Hora da Terra e Programa *Home Office*.

Iniciado em 2013, o Programa *Home Office* busca a melhoria da qualidade de vida dos participantes, através da diminuição do tempo gasto com locomoção até o trabalho. Diante dos benefícios ambientais que o projeto é capaz de criar, trabalhou-se com a análise piloto de 329 funcionários, chegando-se à redução de 2.422,94 TCO2 equivalentes.

A Regulação Socioambiental busca atuar nas áreas de negócios e nas áreas corporativas, como agentes de regulação socioambiental, a fim de garantir o cumprimento da legislação ambiental, social e os compromissos assumidos nos protocolos assinados.

Por fim, os Produtos Sustentáveis objetivam mapear riscos e oportunidades socioambientais nas áreas de negócios da Porto Seguro, com o objetivo de agregar valor ao produto, diminuir a redução de despesas administrativas ou sua sinistralidade. Em 2014, foram viabilizados ações e projetos de sustentabilidade nos negócios Consórcio, Produto Auto, Conecta, Porto Faz, Odontológico, Renova Ecopeças, Cartões, CAPS e Serviços, Saúde, RE e Recursos Humanos.





GUIADA PELOS OITO OBJETIVOS do Milênio da Organização das Nações Unidas – ONU, a Prudential do Brasil reafirmou em 2014 seu compromisso com a responsabilidade socioambiental. Ao longo do ano, a companhia apoiou projetos socioeducacionais e estimulou o voluntariado entre funcionários e colaboradores, beneficiando 58 instituições do terceiro setor e um total de 11 mil pessoas atendidas nas cidades em que mantém operações.

O expressivo número conquistado é fruto da dedicação a programas como o Dia Global do Voluntariado – GVD, na sigla em inglês, Challenge Grant, Prêmio Kiyo Sakaguchi e o Projeto Dotal Criança. Além disso, foram feitas duas doações para a fundação Make-A-Wish Brasil, responsável por realizar os sonhos de crianças e adolescentes portadores de doenças graves.

Em setembro, a Prudential do Brasil promoveu a 20ª edição do Dia Global do Voluntariado e reuniu mais de 1,8 mil voluntários em ações que beneficiaram cerca de 5,6 mil crianças, adultos e idosos.

Premiação reconhece resultados comerciais aliados a ações voluntárias

O Prêmio Kiyo Sakaguchi Coração de Ouro é outro exemplo de parceria de sucesso entre excelência no trabalho e responsabilidade social. A premiação reconhece anualmente um corretor franqueado que apresenta, ao mesmo tempo, bons resultados comerciais e atua comprovadamente em ações voluntárias. O vencedor ganha

o direito de indicar uma instituição para receber uma doação da Prudential.

Em 2014, o Grupo Espírita Amália de Godoy – GEAG, com sede em Belo Horizonte, foi a instituição escolhida no Brasil pelo corretor franqueado *Life Planner®* Leonardo Mourão Cota, vencedor do Kiyo.

Outras instituições foram beneficiadas com doações, como o projeto Obras Sociais Unidas de Santa Marta, conhecida como Mundo Infantil, no Rio de Janeiro, que recebeu material socio-pedagógico e leite em pó para 58 crianças, e a *Make-A-Wish Brasil*, que realizou sonhos de 16 crianças nas seis capitais onde a seguradora está presente.



O Prêmio Kiyo Sakaguchi Coração de Ouro é outro exemplo de parceria de sucesso entre excelência no trabalho e responsabilidade social. A premiação reconhece anualmente um corretor franqueado que apresenta, ao mesmo tempo, bons resultados comerciais e atua comprovadamente em ações voluntárias.





A FUNDAÇÃO QBE VISA AJUDAR todos os países em projetos sociais sem fins lucrativos e que tenham cunho educativo. Desde 2013, trabalha com a Dorina Nowill para cegos. A Fundação Dorina faz um trabalho de inclusão social de pessoas com deficiência visual, por meio da produção e distribuição de livros em braile, falados e digitais. Além disso, oferece gratuitamente programas de serviços especializados a pessoas com deficiência visual nas áreas de educação especial, reabilitação, clínica de visão subnormal e empregabilidade.

A ideia da Fundação QBE é, além de doação, envolver os funcionários em um trabalho social e voluntário. Em 2014, houve projetos para o voluntariado, com doações, palestras, auxílio no curso de capacitação para revisores de braile e entrega de notas fiscais – todos os funcionários doaram o documento sem CPF, para posterior cadastro e geração de verbas para diversas atividades da Fundação.



A SANCOR SEGUROS DO BRASIL não dispõe de um projeto formalmente incluído em um processo de Responsabilidade Social Empresarial – RSE, como o que foi iniciado na Argentina, país de origem da empresa, em 2005. Lá, este consiste na análise, organização e sistematização de todos os processos necessários da empresa para colocar em prática a RSE e administrar a estratégia de sustentabilidade.

Cabe mencionar que a intenção é estender o processo de RSE aos outros países onde a empresa

tem presença direta, como Brasil, Paraguai e Uruguai. Nesse sentido, o grupo Sancor Seguro trabalha na definição de um Plano Integral de RSE, para responder de maneira global aos objetivos em matéria de Responsabilidade Social Empresarial.

Aqui no Brasil, e igualmente em outros países, a Sancor está comprometida com a criação de valor econômico, social e ambiental nas comunidades inseridas, considerando o longo prazo. Este compromisso se baseia em ações concretas já realizadas durante 2014, nas quais estão inclu-

ídos o apoio e a participação ativa em eventos organizados pela APAE, que recebeu um computador doado pela empresa; além de Rotary, Cooperativas Industriais e Agrícolas e outras entidades de bem público.

A empresa também participa de frequentes almoços solidários de diferentes instituições não lucrativas, com propósitos variados, como a prevenção ao câncer e o apoio a deficientes e crianças de rua.

Aliado estratégico, o Sicoob é tido como fundamental no objetivo de criação de uma cooperativa escolar no Lar Escola da Criança de Maringá.

As ações, embora ainda não sistematizadas em um processo de RSE, respondem à filosofia empresarial da Sancor, que se nutre dos princípios e valores do movimento cooperativo.



Aqui no Brasil, e igualmente em outros países, a Sancor está comprometida com a criação de valor econômico, social e ambiental nas comunidades inseridas, considerando o longo prazo.





Seguradora Líder · DPVAT

ENGAJADA COM OS princípios para sustentabilidade em seguros – psi, sigla em inglês, a Seguradora Líder-DPVAT vislumbrou, na sua operação, a oportunidade de atuar principalmente nas questões Sociais e de Governança – ASG em diferentes níveis de desenvolvimento e abrangência.

Para fortalecimento das ações e atividades sustentáveis, foi criado o Grupo Sustentabilíder, formado por colaboradores da empresa e com o objetivo de promover o compartilhamento

de conhecimentos e aprendizagens. O grupo atua como parceiro criativo em sustentabilidade, por meio da construção de iniciativas inovadoras com foco nas questões ASG, discutidas em reuniões bimestrais.

Como resultado dessas discussões, foi lançado o Projeto Atitude Líder, que visa conscientizar todos os colaboradores sobre a importância da adoção de atitudes sustentáveis no cotidiano e estimular a adoção de práticas que causem impactos em questões Sociais, Ambientais e de Governança.

Com a implementação do Projeto Atitude Líder, diversas ações foram criadas para incentivar o consumo consciente de água, energia, papel e copos descartáveis na Seguradora Líder-DPVAT. Em 2014, foram realizados encontros para apresentação do projeto e seus desdobramentos. Colaboradores participaram de uma palestra sobre sustentabilidade e receberam uma cartilha, em papel reciclado, com 12 dicas de consumo consciente.

Também foi instituído o e-mail informativo Você Sabia?, que foi distribuído aos colaboradores com dicas e informações dos assuntos relacionados ao tema sustentabilidade.

Campanha incentiva doação de livros para compartilhamento público

Uma ação relevante do projeto foi a criação da Semana do Desapego, na qual os colaboradores são incentivados a realizar doações. Em 2014, a iniciativa foi realizada com doação de livros, compartilhados em locais públicos, como praças e parques.

Em comemoração ao Dia Mundial do Meio Ambiente, a Seguradora Líder-DPVAT promoveu a palestra Mobilidade Urbana, Biodiversidade e Saúde.

Desde 2013, a Seguradora Líder-DPVAT participa da Ação Global, evento organizado mensalmente pelo Serviço Social da Indústria – SESI, em parceria com a Rede Globo, em áreas carentes do estado do Rio de Janeiro. Em 2014, a empresa esteve presente em todos os eventos realizados no estado do Rio e participou da Ação Global Nacional em 22 estados, com a participação de 175 mil pessoas. O objetivo é divulgar os benefícios do Seguro DPVAT, que atingiram 22.846 pessoas (13% do total).

Após um estudo técnico apurado, a Seguradora Líder-DPVAT se fez presente de forma ativa no *Facebook*, *Twitter* e *YouTube*, mídias sociais em que atende e interage com milhares de internautas. Diariamente, publica posts sobre Seguro DPVAT, matérias sobre trânsito e dicas de prevenção de acidentes, e destaca também assuntos divulgados no blog Viver Seguro no Trânsito.

Em 2014, um dos destaques da companhia nas mídias sociais foi o vídeo criado para a Semana Nacional de Trânsito, em setembro. Divulgado no blog, apresenta a reação de futuros motoristas ao serem instigados a cometer diversas infrações.



Uma ação relevante do projeto foi a criação da Semana do Desapego, na qual os colaboradores são incentivados a realizar doações. Em 2014, a iniciativa foi realizada com doação de livros, compartilhados em locais públicos, como praças e parques.



Parceria com ONG divulga vídeos educativos a motoristas e pedestres

Para complementar seus esforços de comunicação, a Líder-DPVAT se tornou parceira do Observatório Nacional de Segurança Viária – ONSV, organização não governamental para o desenvolvimento e gestão de ações de segurança viária.

Através do Programa Observar, a seguradora e o ONSV divulgam, no Viver Seguro no Trânsito, vídeos educativos direcionados a motoristas, pedestres, passageiros, motociclistas e ciclistas.

Em 2014, a seguradora participou de outra iniciativa da parceria com o ONSV: o Movimento Maio Amarelo. Nascido com a proposta de chamar atenção da sociedade para o alto índice de mortos e feridos no trânsito, o Movimento começou em maio e foi estendido durante o ano com diversas ações, como caminhadas, corridas, passeios ciclísticos, palestras, entre outros.

Em 16 de novembro, a companhia marcou presença no Dia Mundial em Memória às Vítimas de Trânsito. A homenagem foi feita com um minuto de silêncio nas partidas de futebol do Campeonato Brasileiro.

A Líder-DPVAT realizou ações de conscientização na Semana Nacional de Trânsito, entre 23 e 25 de setembro, com destaques para a campanha interna, com o slogan Pequenos Gestos, Grandes Reflexos, sobre nossas atitudes e como elas afetam a todos que convivem no trânsito.

A Política de Conciliação da seguradora recebeu Menção Honrosa na categoria Advocacia na 10ª edição do Prêmio Innovare, promovida pelo Instituto Innovare, que reconhece as práticas que visam melhorar e modernizar o sistema Judiciário. A honraria deveu-se à Política de Conciliação implantada pela Líder DPVAT, que desde 2009 otimiza o trâmite processual e o atendimento aos pleitos dos usuários do seguro.





SINAPP

Sindicato Nacional das Entidades
Abertas de Previdência Complementar

NO DECORRER DE 2014, o Sindicato Nacional das Entidades Abertas de Previdência Complementar – Sinapp contribuiu para obtenção de julgamentos favoráveis de processos judiciais, em tramitação no STJ e no TJ/RS, que discutem a prescrição do fundo de direito sobre revisão de pagamento de benefícios sem a correspondente constituição prévia de reserva técnica, beneficiando todo o mercado Seguritário.

Para subsidiar os magistrados que integram o Colegiado Superior no julgamento dos pro-

cessos em comento, o Sinapp disponibilizou para cada um deles parecer jurídico especializado e memoriais sobre a questão, além de custear as despesas com locomoção, hospedagem e alimentação do advogado.

O Sinapp promoveu a acessibilidade dos participantes, segurados e beneficiários portadores de deficiência visual, auditiva ou de fala, das associadas que terceirizaram os serviços de ouvidoria junto ao Sinapp, principalmente ao

Sistema de Gerenciamento de Ouvidoria – Sisgo, que permite aos mesmos realizar a reclamação e acompanhar o seu andamento.

Pelo quinto ano consecutivo, foi renovado por mais 12 meses o Acordo de Cooperação Técnica firmado pelo Sinapp e a Associação Brasileira de Bancos – ABBC com a União, por intermédio da Secretaria de Gestão Pública do Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão – Segep/MP. O objetivo é gerenciar as operações facultativas consignadas em folha de pagamento dos servidores e pensionistas vinculados aos órgãos do Poder Executivo da União processados pelo Sistema Integrado de Administração de Recursos Humanos – Siape, contemplando todas as entidades consignatárias autorizadas pela referida Secretaria.

Ao longo do ano, foram realizadas diversas reuniões com diretores da Segep/MP, com o objetivo de aprimorar a sistemática de consignações em folha de pagamento. Fruto do sólido conhecimento da diretoria, foram deliberadas e aprovadas novas regras que possibilitam maior retorno dos investimentos, principalmente em relação às operações financeiras, como pagamento parcial de prestação e renovação de contrato com manutenção da vigência do anterior, dentre outras.

O Sinapp, a Fenaseg e os Sindicatos das Seguradoras, mediados pela Secretaria de Relações do Trabalho, deram por encerradas as controvérsias em relação à representação sindical da atividade ou categoria econômica da Previdência Complementar Aberta, bem como quanto à sobreposição de bases territoriais. O Sinapp passa a representar as entidades que integram a referida atividade econômica, exceto as empresas de Seguros Privados que operam no ramo vida e que tenham sido autorizadas a operar, também, com Previdência Complementar Aberta.

Em decorrência, a Fenaseg passou a representar também o Sinapp, o acolheu como filiado.

Como em anos anteriores, o Sinapp realizou e apoiou eventos e palestras de interesse de associadas em sua sede.

A ouvidoria atendeu 752 reclamações apresentadas por clientes das 22 empresas associadas, com elevado índice de satisfação. Do total, 720 reclamações procedentes, sendo 522 reclamantes orientados, enquanto 32 reclamações foram improcedentes. As formas de contato disponibilizadas para os clientes são site, e-mail, carta fax, atendimento pessoal ou pelo telefone 0800-703-1989.



O Sinapp passa a representar as entidades que integram a referida atividade econômica, exceto as empresas de Seguros Privados que operam no ramo vida e que tenham sido autorizadas a operar, também, com Previdência Complementar Aberta.



**NÃO ESQUENTA
A CABECA! SEJA
GENTIL NO TRÂNSITO
QUE A VIDA SERÁ
COM VOCÊ!**



#ATENÇÃO
PELA VIDA



O SINDICATO DAS EMPRESAS de seguros privados, Resseguros, Previdência Complementar e Vida, Saúde Suplementar e Capitalização nos Estados da Bahia, Sergipe e Tocantins – SindSegBA/SE/TO teve como objetivo em 2014 firmar parcerias com órgãos públicos e privados que tenham ações voltadas para a prevenção, proteção e segurança da sociedade. Assim, desenvolveu parcerias com a Federação Nacional das Associações de Detran – Fenasdetran, a Associação Brasileira de

Medicina do Trânsito na Bahia – Abramet-BA e a Secretaria de Segurança Pública – SSP-BA, participando de reuniões sobre questões que envolvem trânsito no estado.

O sindicato representou o mercado de seguros baiano na audiência pública sobre a regulamentação do desmonte de autopeças, em defesa do projeto de lei que visa disciplinar o funcionamento desses estabelecimentos comerciais. No

Fórum do Meio Ambiente, em Lauro de Freitas, na Bahia, a entidade destacou o envolvimento do mercado de seguros nas questões sustentáveis.

Em parceria com a Delegacia de Repressão a Furtos e Roubos de Veículos – DRFRV, o sindicato passou a receber diariamente relatórios dos veículos recuperados provenientes de furtos e roubos, bem como acompanhar a implantação do sistema Pátio Legal no estado.

O sindicato aderiu ao projeto Transitando Seguro, em parceria com o Observatório Nacional de Segurança Viária – ONSV, e passou a dedicar-se mais às estratégias nacionais de segurança viária nos estados em que atua. Nessa linha, a entidade abraçou o Movimento Maio Amarelo, divulgando em seu perfil nas redes sociais questões voltadas para a educação e conscientização no trânsito.

Entidade passou a apoiar o programa Amigo do Seguro

O ano foi de estreia do sindicato como apoiador do programa Amigo do Seguro, criado pela Escola Nacional de Seguros, com a adoção de cinco alunos em Aracaju e cinco em Salvador.

O evento de confraternização de fim de ano, intitulado Celebraseg, reuniu o Sindicato dos Corretores de Seguros da Bahia -Sincor-BA, o Clube de Seguros de Pessoas – CSP-BA, o Clube dos Seguradores da Bahia – CSB e o Clube do Seguro de Feira de Santana.

O trabalho de capacitação do sindicato concentrou-se na realização do Ciclo de Palestras, com apresentações de especialistas sobre temas do universo do seguro nas cidades de Salvador e Vitória da Conquista/BA e Aracaju/SE. Em parceria

com a Escola, a entidade promoveu três eventos nos formatos palestra-almoço ou palestra-jantar para os profissionais de seguros, reunindo cerca de 80 pessoas em cada um.

As ações do SindSegBA/SE/TO foram conduzidas a partir do slogan É Tempo de Viver Seguro, lançado em 2013. Nessa linha, uma parte das divulgações foi concentrada em anúncios institucionais em veículos do setor, como a Revista Apólice e o Jornal Nacional de Seguros, que realizaram a cobertura do Ciclo de Palestras e a Celebraseg.

O sindicato fez parceria com a rádio baiana Metrópole (101.3 FM), através das atrações semanais Programa do Automóvel e Cadê o Síndico. Os dois quadros promoveram a divulgação do sindicato como instituição em prol da sociedade, bem como a difusão do seguro por meio de spots e citações diárias. Em Feira de Santana (BA), a entidade apoiou a campanha de valorização do corretor de seguros, por meio de 15 outdoors espalhados pela cidade.

Ao longo de 2014, o SindSegBA/SE/TO participou de diversos eventos, comemorações e encontros do mercado de seguros, como almoços mensais do Clube dos Seguradores da Bahia e do Clube do Seguro de Feira de Santana. Marcou presença nas sessões promovidas pelo CSP-BA, chamadas CSP Pergunta, e no Prêmio Inovação em Seguros. O sindicato prestigiou ainda o Conseg-RN, em Natal, e o XIV Conec, em São Paulo.

O SindSegBA/SE/TO apoiou ainda os eventos Encontro Seguro, realizado pelo Sincor-SE; o Encontro Baiano do Mercado de Seguros – Enbase, em Feira de Santana; o V Encontro do Mercado de Seguros, em Aracaju; e a VII Confraseg, em Feira de Santana.



SINDSEG
MG/GO/MT/DF
SINDICATO DAS SEGURADORAS

O SINDSEG MG/GO/MT/DF MANTEVE EM 2014 o trabalho de capacitação através de encontros de interesse do mercado, com o objetivo de aprimorar o conhecimento dos profissionais que atuam na área de seguros e colaborar com instituições e órgãos dos governos em assuntos de interesse do setor.

Em parceria com a Escola Nacional de Seguros, o ciclo de palestras promoveu 14 eventos, com média de 60 pessoas em cada um. O programa,

que leva especialistas para discutir temas do universo de seguradoras e corretores, aconteceu em Belo Horizonte, Goiânia, Brasília, Governador Valadares, Divinópolis, Juiz de Fora, Uberlândia e Ipatinga.

Outro destaque foi a entrega dos prêmios do Concurso Cultural do Programa Educar para Proteger. O projeto conscientiza jovens de 14 a 18 anos sobre a importância da segurança de forma preventiva e consciente. Foram realizadas 361

oficinas em colégios públicos e privados. Esse trabalho teve 3,2 mil redações desenvolvidas por 9,5 mil alunos de 41 escolas. Além de Belo Horizonte, o programa ocorreu em Divinópolis, Montes Claros, Juiz de Fora, Uberlândia e Varginha.

Plano de Comunicação ajuda a divulgar a cultura do seguro

O Plano Estratégico de Comunicação se mantém atuante e atualizado, com o objetivo esclarecer a população sobre temas importantes, como seguro de Automóveis, Transporte e Previdência Privada.

Para 2014, foi desenvolvido um plano de mídia com temas e porta-vozes específicos a serem trabalhados na imprensa, com o objetivo de dar visibilidade e consolidar o sindicato. O resultado foi a presença da entidade em diversas entrevistas e reportagens sobre o tema seguro.

A presença *online* foi intensa, com a publicação de informações relevantes no site e na página da entidade no *Facebook* e *LinkedIn*. O material veiculado no jornal Seguro em Pauta, site sindsegmd.com.br e página no *Facebook* é pensado de maneira integrada e complementar, para fortalecer o relacionamento e o acesso do público aos canais de comunicação do sindicato.

A entidade mantém, em conjunto com o Sincor-MG, a Comissão de Ética Intersindical, integrada por quatro representantes de cada sindicato, tendo como principal objetivo zelar pelo exercício das atividades de seguro.

Desde 2008, o Pátio Seguro de Belo Horizonte, iniciativa do sindicato e da CNseg, em parceria com o Governo do Estado de Minas Gerais por meio da Polícia Civil, presta serviços na remoção de veículos provenientes de furto e roubo. Em sete anos, aproximadamente 53 mil autos foram restituídos aos proprietários.





O ANO DE 2014 FOI REPLETO DE ATIVIDADES no Sindicato das Empresas de Seguros do Norte e Nordeste – SindSegNNE. Logo em fevereiro, a entidade comemorou o primeiro aniversário da SindSegNNE TV, veículo de comunicação via web, disponibilizado no site da entidade e no canal SindSegNNE no Portal CQCS. Dividida em cinco canais – Mercado de Seguros, Dicas, DPVAT, Agenda e Trânsito Seguro – a TV traz informações sobre o mercado, usando uma linguagem de fácil compreensão, com o objetivo

de difundir a cultura do seguro e aproximar o setor da população.

No mês seguinte, foi realizada, em Recife, palestra com o presidente da Chubb Seguros do Brasil, Acácio Queiroz, com o tema Minhas Bagagens, baseado em seu livro. Em Macapá/AP e em Belém/PA, houve palestras sobre a importância do seguro na vida do empresário, ambas ministradas pelo o professor Maurício Tadeu, com apoio do Sincor local. A mesma palestra foi

apresentada em Petrolina, em julho, com apoio do CDL Petrolina, e em Recife, em outubro, pela Associação Comercial de Pernambuco.

Em São Luís/MA, foi realizada em abril palestra com José Márcio Norton, diretor da Segurada Líder DPVAT, com o tema Seguro DPVAT em Todas as Dimensões. O evento contou com apoio do Sincor-MA.

A 1^a edição do Conseg – Rio Grande do Norte, em Natal, foi realizada em agosto. O evento teve palestra do professor Gustavo Mello, que apresentou os números do mercado brasileiro, nordestino e do Rio Grande do Norte e o crescimento e perspectivas da economia para a região. Em Manaus/AM, o sindicato apoiou o IV Fórum de Seguros. O professor João Paulo M. de Melo falou sobre esse mercado na região da Amazônia.

O sindicato apoiou a IV edição do Workshop de Seguros de Pernambuco, em setembro, evento que teve a cobertura da SindSegNNE TV. E também a 5^a edição do Prêmio Sincor-AL de Jornalismo Alberto Marinho, realizada em Maceió. Em Belém/PA, o sindicato realizou o Fórum Sescon/PA – Sindicato das Empresas de Contabilidade do Estado do Pará – que teve como palestrante o professor Maurício Tadeu. O fórum apresentou como tema central O Seguro de Responsabilidade Civil do Contador.



Em Macapá/AP e em Belém/PA, houve palestras sobre a importância do seguro na vida do empresário, com apoio do Sincor local.





AO LONGO DE 2014, o SindSegPR/MS realizou e apoiou uma série de palestras e eventos que reuniu milhares de pessoas e levou o tema seguro ao centro das discussões. Como, por exemplo, o apoio institucional e financeiro ao ciclo de Encontro de Corretores e de Seguradores nas cidades de Ponta Grossa, Londrina, Maringá e Cascavel, com mais 1,2 mil participantes, e ao Simpósio dos Corretores de Seguros em Curitiba, com 2 mil presentes, ambos realizados pelo Sincor-PR.

Outras atividades com a participação efetiva do sindicato: Ciclo Unido é + Seguro, realizado em Dourados (MS); O que Querem as Mulheres, apresentado pela Escola Nacional de Seguros em Curitiba; Com a Palavra o Presidente, iniciativa do Sincor-PR; e 4º Encontro do Dia da Mulher, em Campo Grande. Houve ainda reuniões com seguradores para avaliar o mercado local em Campo Grande e participação nas formaturas de corretores de Curitiba, Campo Grande e Dourados.

No que se refere a patrocínios e doações, o sindicato teve papel importante. Em parceria com os órgãos de Segurança Pública, patrocinou a confecção de folders sobre o Boletim de Acidente de Trânsito Unificado – Bateu, distribuído pela Polícia Militar do Paraná durante a Operação Verão no litoral do estado.

O sindicato também patrocinou a formatura de corretores de seguros no Paraná e Mato Grosso do Sul; o evento Dia da Mulher Securitária do Paraná; a Festa Natalina dos Securitários (PR); às 7^a e 8^a edições da revista Judiciária do Paraná, elaborada pela Associação dos Magistrados do estado; e os eventos Encontros de seguradoras e Corretoras de Seguros, em Cascavel, Campo Grande, Londrina, Maringá e Ponta Grossa.

Doação a programa que apoia famílias desabrigadas por enchentes

Ainda houve patrocínios à palestra de encerramento do Ciclo de 2014, com tema Perspectivas para a Economia; e a eventos do Clube da Pedrinha, Clube da Bolinha e Clube de Seguros de Pessoas e Benefícios, os três no Paraná. Foram doados R\$ 15 mil ao Provopar, para apoio a famílias desabrigadas de enchentes (PR) e equipamentos eletrônicos para aprendizagem e lazer no Instituto Ferraz de Campos.

O sindicato fez 26 pronunciamentos em rádio, TV e jornal em ambos os estados, esclarecendo questões que envolvem seguros DPVAT, Automóvel, Transportes de Carga, Vida, Residencial, Comercial e Industrial, destacando os danos causados pelas chuvas.

Os órgãos de imprensa foram a RPC (Curitiba e Cascavel), Record News, Rede Mercosul, ÓTV, Rádio Evangelizar, Rádio Paiquerê (Londrina), Folha de Londrina, CIA FM (Cianorte), CBN, Jornal Bem Paraná, Jornal Umuarama Ilustrado, Jornal Gazeta do Paraná (Cascavel), Rádio E-Paraná, Revista Apólice, Revista Crescimento Seguro e Jornal Gazeta do Povo.

A entidade participou do III Simpósio de Responsabilidade Civil, realizado pela Comissão de Responsabilidade Civil e do Direito Securitário, da OAB-PR, cujo tema versou sobre As Ações de Indenização nos Estados Unidos e no Brasil, e do I Congresso Nacional do Direito Securitário, com a presença de juristas de vários estados.

Em agosto, o SindSegPR/MS realizou em Curitiba solenidade comemorativa dos 90 anos da entidade, recepcionando profissionais de seguros de todo o Brasil, autoridades políticas, civis, militares e da magistratura, cujo evento reuniu aproximadamente 500 pessoas. Na oportunidade, foi lançado o livro que resume a história da entidade e distribuído um Caderno de Seguros, elaborado para esclarecer a sociedade sobre a importância do tema. O Caderno foi encartado nos principais jornais do Paraná, com 45 mil exemplares, e do Mato Grosso do Sul, com 17.500.

Em outubro, a solenidade comemorativa dos 90 anos do sindicato ocorreu no Mato Grosso do Sul, com presença de cerca de cem pessoas, entre profissionais de seguros e autoridades.

O SindSegPR/MS foi agraciado com o Troféu Hermes, pela Revista Seguros em Foco, e com o Pinhão de Ouro, pelo CVG-PR, por ser reconhecido como uma entidade parceira do mercado de seguros.



FUNDADO EM 1933, o Sindicato das Seguradoras RJ/ES mantém, ao longo de décadas, parceria em iniciativas do estado e de instituições da sociedade civil no apoio ao combate à criminalidade, à proteção e ao bem-estar da população do Rio de Janeiro e do Espírito Santo. Destacam-se a continuidade do incentivo ao Pátio Legal e ao Núcleo de Recuperação de Veículos do Disque-Denúncia, bem como ao programa do BRAT eletrônico, já em operação no Rio de Janeiro.

Inaugurado em 2005, na Barra, o Pátio Legal funcionou em regime de operação de 24 horas por dia, com capacidade para receber e guardar até 1,2 mil veículos. Em 2007, foi transferido para Deodoro, com capacidade para até 1,8 mil atendimentos por mês. Em 2015, será instalado também em Campo Grande e Itaboraí, ampliando consideravelmente a área de guarda.

O Pátio Legal permite à Polícia do Rio liberar áreas das delegacias usadas como depósitos de car-

caças e veículos não devolvidos. Para o cidadão, é a garantia de que carros recuperados se mantenham mais bem conservados e que possam ser retirados com conforto e segurança. De 2005 a 2014, foram recolhidas 162 mil unidades, sendo 155.600 devolvidas aos proprietários. Em 2014, o sindicato manteve o apoio financeiro ao funcionamento do depósito no Rio.

De 2010, quando foi criado por proposta e apoio do Sindicato das Seguradoras RJ/ES, até dezembro de 2014, o Núcleo de Recuperação de Veículos do Disque-Denúncia contabilizou mais de 34 mil denúncias de roubo e furto, 32 mil veículos abandonados e 9.750 ilegalmente desmanchados.

Outra iniciativa que teve a participação do sindicato foi a criação do eBRAT (eletrônico), sistema online de registro de acidentes de trânsito que não tenham vítimas, implantado pela Polícia Militar do Rio em 2013. As ocorrências podem ser feitas até por celular, com utilização do site da PM, para posterior validação pelas autoridades policiais. Até dezembro de 2014, 116.298 inserções tinham sido feitas no sistema, com importação de 146.873 fotos.

Mobilização voluntária ajuda a limpar rios, lagoas e praias

Em 2014, foi renovado o convênio iniciado em 1996 com a Associação Defensores da Terra, organização não governamental que se dedica à defesa do patrimônio ambiental e da qualidade de vida das populações do estado do Rio. São realizados cursos de formação ecológica e mobilização de voluntários para a limpeza de rios, lagoas e praias. A entidade promoveu, ao longo do ano, cursos de certificação ambiental com 106 alunos.

O programa Educar para Proteger realizou 343 oficinas pedagógicas, com a participação de 10.677

estudantes em 38 escolas de Rio de Janeiro, Niterói, São Gonçalo e Baixada Fluminense. O objetivo é disseminar a cultura do Ser Seguro entre jovens de 12 a 17 anos, com ênfase nos valores de comportamento que priorizam a prevenção contra riscos do cotidiano. Paralelamente às oficinas, 6.526 jovens participaram de concurso de redação que premiou trabalhos sobre o tema É Preciso Saber Viver... Com Atitudes Seguras.

Foi mantida a publicação de 50 mil exemplares do folheto de bolso Estatísticas de Mercado – Seguro, Capitalização e Previdência Privada, como parte da política de difusão do conhecimento sobre a atividade seguradora.

Em setembro, foi realizado no Clube de Engenharia do Rio de Janeiro o II Meeting dos Profissionais do Direito Privado, ciclo internacional de conferências sobre temas relacionados à Responsabilidade Civil e a contratos de seguros. Patrocinado pelo sindicato e pela Escola Nacional de Seguros, o encontro recebeu especialistas e autoridades do Brasil e do exterior.



**O Pátio Legal permite à
Polícia do Rio liberar áreas
das delegacias usadas como
depósitos de carcaças e
veículos não devolvidos.**





SINDSEG RS
SINDICATO DAS SEGURADORAS NO RIO GRANDE DO SUL

QUEM SEGURA, PRESERVA

O Sindicato das Empresas de Seguros do Estado do Rio Grande do Sul – SindSegRS realizou em 2014 diversos *workshops* com o objetivo de contribuir com a qualificação e atualização do mercado Segurador. Foram abordados temas ligados ao setor, como previdência privada, responsabilidade civil, roubo de cargas, rumos do mercado, seguro agrícola e de automóvel.

Também foram realizados importantes cafés da manhã, como em homenagem ao Dia Internacio-

nal da Mulher; ao presidente da CNSeg, Marco Antonio Rossi; e ao Dia da Secretária, além do Café Seguro com a Imprensa. Houve jantar de confraternização com o mercado Segurador.

O sindicato desenvolveu projeto de apoio e incentivo a novos escritores gaúchos, com o programa Seguro é + Cultura, a fim de divulgar, nos almoços da entidade e em seus canais de comunicação, as obras literárias de jovens escritores do estado.

Na política de *marketing* interno, o SindSegRS fortaleceu ainda mais o alcance e a penetração de sua *newsletter* diária, num *mailing* que contempla aproximadamente 5,5 mil leitores.

Em 2014, a entidade prosseguiu com a política de divulgação e difusão da Cultura do Seguro, através da manutenção de pontos fixos de *front light* na capital e de um premiado sequencial em 3D na *freeway* durante os meses de dezembro/13 a março/2014. O sindicato manteve a marca e o slogan Quem Segura Preserva, divulgado diariamente nas mídias eletrônicas do Grupo JRS e também do Seguro Gaúcho.

Foram preservadas as ações de divulgação, através de *e-mail marketing*, de saudação às principais datas comemorativas, louvando entidades e instituições.

O sindicato também pautou diversas mídias no estado, levando à tona principalmente a questão do furto e roubo de veículos. Diretores da entidade foram ouvidos em matérias veiculadas nos jornais Zero Hora, Correio Povo, Diário Gaúcho, Jornal do Comércio, O Sul, Portal G1, Seguro Gaúcho, RS Negócios, Consumidor RS, SEGS, Jornal do Almoço da RBS TV, Rádio Gaúcha, Rádio Bandeirantes, TV Com e Revista Expansão RS.





O SINDICATO DAS EMPRESAS DE SEGUROS PRIVADOS, de Resseguros, de Previdência Complementar e de Capitalização no Estado de Santa Catarina – SindSegSC desenvolveu em 2014 várias atividades, entre elas, a campanha de higiene pessoal intitulada É desde Pequeno que se Faz a Diferença. Foram 74 postos de coleta no estado, entre junho e setembro, que arrecadaram 48.825 itens, 13.136 a mais do que no ano anterior, garantindo uma infância limpa e saudável a crianças assistidas por ONGs catarinenses.

A campanha beneficiou mais de 48 entidades e famílias em 15 cidades do estado. Com o objetivo de arrecadar itens de higiene pessoal para crianças e repassá-los para entidades assistenciais, motivou também os segurários e parceiros do mercado Segurador ao exercício da responsabilidade social.

Outros braços fortaleceram a campanha: a cartilha educacional, com dicas e curiosidades sobre seguro; a marca-página distribuída para incentivar a leitura; as sugestões do mascote SID, um

simpático boneco que, através do portal do sindicato, mostrou formas de levar uma vida em parceria com o meio ambiente e harmonia com a comunidade.

As seguradoras associadas ao SindSegSC também tiveram a oportunidade de mostrar o trabalho de sustentabilidade e responsabilidade ambiental durante a campanha. O menu Práticas Sustentáveis / Associadas, dentro do portal, contou com uma seleção de notícias e ações realizadas pelas seguradoras com foco na sustentabilidade.

Em suas três edições, a campanha arrecadou 94.717 itens e envolveu profissionais ligados ao SindsegSC em todo o estado. O evento teve o patrocínio do Sincor-SC e da Escola Nacional de Seguros, com apoio do CredicorSC.

Em 2014, o SindSegSC apresentou o projeto Página Virada – Vire mais Ecológico, que tem o objetivo de estabelecer métodos para a redução do uso e do consumo de papel. Pequenas atitudes fazem parte do projeto, como imprimir frente e verso, evitar

espaços ociosos no texto, fazer as correções no computador e reutilizar folhas que possuem o verso em branco. Na sede da entidade, a ação já vem sendo praticada há anos e com bons resultados.

O sindicato entregou doações do programa Contribuindo com o Saber a creches de Blumenau. São distribuídos a entidades materiais informativos sobre o mercado de seguros que, depois de serem utilizados, recebem um destino mais digno do que o lixo: tornam-se materiais para estudo ou recreação em centros infantis, escolas e outras instituições de ensino.

Durante a Confraternização de Encerramento das Atividades 2014, o SindSegSC brindou os participantes com a Caneca do Bem, que substitui copos plásticos de forma consciente e sustentável.

No evento, o sindicato arrecadou 303 brinquedos para serem doados a crianças carentes no Natal Solidário. Na oitava edição do projeto, a entrega foi feita ao Centro de Educação Infantil Professora Raquel Wisintainer Soares.



As seguradoras associadas ao SindSegSC também tiveram a oportunidade de mostrar o trabalho de sustentabilidade e responsabilidade ambiental durante a campanha. O menu Práticas Sustentáveis / Associadas, dentro do portal, contou com uma seleção de notícias e ações realizadas pelas seguradoras com foco na sustentabilidade.





Sindicato das Seguradoras,
Previdência e Capitalização

EM REUNIÕES REGULARES, o Sindicato das Empresas de Seguros, Resseguros e Capitalização de São Paulo – SindSegSP manteve pauta informativa e analítica do setor, voltada a seu planejamento, com temas legais, operacionais e técnicos, política intersindical e assuntos relevantes ao mercado, com destaque para esforços em busca de novos associados e resseguradoras. O sindicato também participou das reuniões da CNseg e Funenseg, colaborando com a troca de ideias para o aprimoramento das atividades conduzidas pelas entidades do mercado Segurador.

A diretoria do SindSegSP realizou, em maio de 2014, almoço ao então recém-empossado superintendente da Susep, Roberto Westenberger, uma oportunidade para um diálogo informal com a presença de um grupo de aproximadamente 40 pessoas das seguradoras associadas ao sindicato.

Junto aos poderes Executivo e Legislativo do Estado de São Paulo, o SindSegSP manteve bom relacionamento com a Secretaria de Segurança Pública. Acompanhou as atividades parlamentares, com destaque para o apoio à normatização

da Lei dos Desmanches, que beneficiou diretamente o mercado Segurador, ao possibilitar a redução de roubos e furtos de veículos destinados à prática.

Propostas ajudam no combate ao roubo e furto de veículos

Também em parceria com a Secretaria de Segurança Pública, o SindSegSP contribuiu para o combate à criminalidade, com propostas contra roubo e furto de veículos, como uso de dublês, cadastramento fraudulento, comércio ilegal de peças, integração de câmeras de monitoramento etc. Ainda em 2014, foi mantido o apoio financeiro ao Instituto São Paulo Contra a Violência e ao Disque-Denúncia.

Em 2014, o SindSegSP inaugurou sua nova sede, na Avenida Paulista, após décadas instalado no Centro

de São Paulo. O moderno escritório marca um novo ciclo na história da entidade e reforça o compromisso de manter a qualidade dos serviços para associados.

Ao longo do ano, foram mantidos os grupos de discussões internas, com foco na prestação de serviços e na busca de maior intercâmbio entre os profissionais. Destacam-se ainda as reuniões regulares do Fórum de Assuntos Jurídicos e o Fórum de Automóvel. O SindSegSP também mantém assessoria permanente, na esfera jurídica e trabalhista, para associados.

Em 2014, a entidade manteve suporte às reuniões virtuais, por meio de duas salas de videoconferência instaladas na sede. As reuniões são realizadas entre as seguradoras de São Paulo e CNSeg, Fenseg, FenaPrevi e FenaSaúde, no Rio de Janeiro. A tecnologia permite a diminuição de gastos com deslocamentos. No total, foram 376 reuniões com 3.250 pessoas.



As A diretoria do SindSegSP realizou, em maio de 2014, almoço ao então recém-empossado superintendente da Susep, Roberto Westenberger, uma oportunidade para um diálogo informal com a presença de um grupo de aproximadamente 40 pessoas das seguradoras associadas ao sindicato.



Campanha reforça importância da direção correta no trânsito

Em parceria com o Observatório Nacional de Segurança Viária, o sindicato lançou em dezembro a campanha Transitando Seguro, a fim de diminuir os índices de acidentes no trânsito e destacar a importância da direção correta. Na área de educação, mantém o programa Cultura do Seguro, que traz uma visão panorâmica do setor, enfatizando o papel do seguro como propulsor econômico, agente de desenvolvimento e reparador social.

O SindSegSP mantém a parceria com o Sincor-SP em três programas com vertente educacional: Educar pra Proteger, voltado a adolescentes; Universitário, parceria com o Centro de Integração Escola Empresa – CIEE; e Seguro em Todo Estado, destinado ao comércio, à indústria, aos serviços e aos profissionais liberais. Cada programa possui linguagem específica para o público-alvo.

Ao longo do ano foram publicadas cinco edições do jornal Notícias SindSegSP, que aborda temas de interesse do setor. Também houve continuidade do boletim semanal, que consiste em resumo e análise contextualizada dos principais destaques na mídia impressa e online.

Durante o ano, foram publicados no site do sindicato 40 artigos inéditos escritos pelo jornalista e advogado Antonio Penteado Mendonça, enquanto o economista Francisco Galiza destacou as análises de economia do seguro. Foram mantidos registros sobre as empresas associadas e informações da legislação securitária, para conhecimento das atividades relacionadas a seguros em geral, Previdência e Capitalização. Em parceria com o jornal Diário de São Paulo, o sindicado publicou colunas de orientação sobre os principais temas do setor de Seguro de Automóveis.

Ao longo do ano, o SindSegSP realizou, apoiou ou patrocinou os seguintes eventos: seminários sobre Análise de Riscos de Obras Subterrâneas e Compliance, em fevereiro; palestras sobre Conhecimento como Bem mais Valioso e Gerenciamento de Áreas Contaminadas, em abril; e apresentação sobre Seguro Marítimo no Século XXI, em maio.

Em parceria com a FenSeg e participação do Detran-SP, o SindSegSP promoveu duas edições do *workshop* de Salvados (julho e outubro), dois seminários de Salvados (agosto e dezembro) e, ainda, dois encontros com leiloeiros (outubro e novembro).

O sindicato manteve o apoio financeiro e operacional às entidades do mercado de seguros, como o Clube de Vida em Grupo – CVG, Associação Paulista dos Técnicos de Seguros – APTS, Academia Nacional de Seguros e Previdência – ANSP, e o Centro de Experimentação e Segurança Viária – Cesvi. E também apoia operacionalmente uma tradicional confraria, que é o Clube da Bolinha de São Paulo.



O SindSegSP mantém a parceria com o Sincor-SP em três programas com vertente educacional: Educar pra Proteger, Universitário e Seguro em Todo Estado.





O ANO DE 2014 CONSTITUIU A CONSOLIDAÇÃO do tema sustentabilidade na estratégia, no modelo de negócio e no processo de tomada de decisão da SulAmérica. A companhia instituiu um plano de trabalho com diversas áreas para atuar diretamente nas questões Ambientais, Sociais e de Governança – ASG, com o objetivo de mitigar os impactos em seus produtos, serviços e na cadeia de valor.

A partir de um diagnóstico finalizado em 2013, a companhia revisou e criou novas políticas,

redesenhou processos, incluiu o tema sustentabilidade em treinamentos e está desenvolvendo um novo programa de Educação para Sustentabilidade, que começa em 2015.

Duas novas políticas importantes foram aprovadas pela alta gestão da companhia: a Política de Anticorrupção e a Política de Engajamento de *Stakeholders*. Na revisão de processos, destaca-se o intenso trabalho para a redução de envio de materiais em papel aos clientes de diversos produtos e o desenvolvimento de

novos canais de relacionamento com clientes, prestadores e corretores.

A companhia também manteve compromissos voluntários internacionais, como o Pacto Global da ONU, os Princípios para o Investimento Responsável – PRI, sigla em inglês, e continua com posições institucionais importantes, como a de Conselheira dos Princípios para Sustentabilidade em Seguros – PSI, sigla em inglês, e a Presidência da Comissão de Sustentabilidade da CNseg.

Atuação reconhecida pelo índice Bovespa há seis anos consecutivos

Uma evidência da atuação da SulAmérica em favor das práticas de sustentabilidade está na sua permanência, pelo sexto ano consecutivo, na carteira do Índice de Sustentabilidade Empresarial da BM&Bovespa. A companhia é a única seguradora listada no índice desde 2009. Isso confirma a opção por atuar de forma responsável e sustentável, influenciando toda a cadeia de valores.

A SulAmérica concentrou a atuação em 2014 nos cinco temas estratégicos definidos na Política Corporativa de Sustentabilidade: Qualidade do Atendimento e Serviços, Desenvolvimento do Capital Humano, Inovação em Produtos e Serviços, Responsabilidade na Cadeia de Valor e Educação financeira e Uso Consciente do Seguro.

Sobre o tema Qualidade do Atendimento e Serviços, a companhia realizou diversas pesquisas de satisfação e expandiu seus canais de atendimento. Um destaque de 2014 foi que as centrais de atendimento para os serviços de Previdência, Assistência 24 Horas, SAC e Saúde PME obtiveram 82,5% de satisfação dos usuários, 0,8% acima do constatado em 2013.

Já no Desenvolvimento do Capital Humano foram mais de 24 mil participações de colaboradores nas capacitações oferecidas pela Universidade Corporativa SulAmérica – UniverSAS, totalizando cerca de 40 mil horas de treinamento. Além disso, ao longo de 2014, foram realizados 32 eventos internos para colaboradores de diversas áreas, com foco na integração de questões ASG aos negócios.

Em parceria com a *Global Reporting Initiative*, *Carbon Disclosure Project* e Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável, foram 39 eventos externos, intensificando, assim, a disseminação de boas práticas para o setor empresarial de um modo geral. Essas atividades internas e externas tiveram mais de 2.700 horas de palestras e 1.239 participações. Um dos principais eventos patrocinados pela SulAmérica foi o *Sustainable Brands Rio 2014*, que contou com cerca de mil participantes presenciais e *online*.



Gestão de saúde e da qualidade de vida dos segurados

As ações referentes ao tema Inovação em produtos e serviços contribuíram para evidenciar que a SulAmérica está no caminho para ser uma gestora de saúde e de qualidade de vida de seus segurados. São exemplos dessa estratégia a implantação em 2014 da Plataforma de Bem-Estar e a intensificação das campanhas de promoção de saúde junto a empresas e clientes.

Com relação à Responsabilidade na cadeia de valor, destaca-se a inclusão de uma cláusula contratual de responsabilidade social e sustentabilidade em todos os novos contratos de prestação de serviço, além de capacitações para corretores e seus filhos – o Programa Corretor Nova Geração.

Como uma empresa de serviços financeiros, a SulAmérica investe para apoiar profissionais do setor e clientes a entenderem a importância da

Educação Financeira e Uso Consciente do Seguro. Em 2014, a companhia realizou a primeira Semana de Educação Financeira, com mais de 400 participantes em São Paulo e no Rio de Janeiro.

A SulAmérica sempre incorporou em sua estratégia um retorno à sociedade pelos resultados alcançados. Por isso, houve ainda apoio a projetos e ações sociais, atingindo quase cinco mil beneficiários diretos e indiretos durante o ano de 2014. A atuação tem como objetivo a Prevenção de Risco e o Desenvolvimento do Capital Humano, como comprova o novo modelo do projeto Lideranças Comunitárias SulAmérica.

Em 2014, o projeto atuou com 46 jovens líderes das comunidades do entorno da empresa, capacitou 35 agentes comunitários do Instituto Pereira Passos – IPP e 19 organizações sociais. O parceiro para este projeto foi o Centro Integrado de Estudos e Programas de Desenvolvimento Sustentável – Cieds, que disponibilizou mais de 450 horas de assessoria técnica, oficinas e formações.





NOSSA TRANSPARÊNCIA, SUA CONFIANÇA

CONSCIENTE DA IMPORTÂNCIA DE SEU PAPEL SOCIAL, a Tokio Marine Seguradora tem investido em projetos de sustentabilidade, focados especialmente na eliminação de papel. Apenas em 2014, as iniciativas da companhia economizaram a impressão de cerca de 45 milhões de folhas. Entre 2011 até dezembro do ano passado, a seguradora deixou de imprimir a expressiva marca de 111 milhões de folhas.

A automatização dos processos, além de agilizar e facilitar o dia a dia de corretores e clientes, é

uma aliada da sustentabilidade. Foram investidos anualmente cerca de R\$ 100 milhões em melhorias e sistemas que agilizam os processos internos e apoiam o crescimento da empresa.

Um dos projetos implantados em 2014 foi a Apólice Resumida, documento que traz de forma personalizada informações importantes sobre seguros, coberturas e serviços contratados. O novo modelo substitui o que utilizava quatro folhas impressas. Agora, em uma única lâmina, o cliente da Tokio Marine pode

consultar dados de vigência da apólice, data de pagamento, coberturas contratadas, itens a adquirir, valores das franquias e limites de indenização. O documento está disponível para diversos produtos, como Auto, Residencial Premiado, Condomínio e outros.

Manual online é acessado no site e reduz impressão de folhas

Também ano passado, uma das iniciativas que mais contribuíram para a economia de papel foi a eliminação da impressão do Manual e Condições Gerais, que podem ser acessados diretamente no site da seguradora. Cerca de 35 milhões de folhas deixaram de ser impressas apenas em 2014. Desde a implantação do projeto, em 2011, a iniciativa evitou a impressão de cerca de 98 milhões.

Desde 2013, a Tokio Marine também eliminou a impressão das vias das apólices e de endossos que eram enviadas aos corretores. Desde então, os parceiros de negócios podem acessar os documentos em PDF, via Portal Nosso Corretor. Esses dois processos já suprimiram a impressão de cerca de nove milhões de folhas.

Também para os corretores, a companhia instituiu o extrato de comissão digital, que sofre melhorias constantes para beneficiar esses profissionais. Em fevereiro do ano passado, por exemplo, o extrato ganhou um novo layout, mais completo, simples e fácil de consultar, além de disponibilizar tela de resumo e relatório com síntese mensal de dados para emissão de nota fiscal.

A Tokio Marine promoveu uma série de ações de solidariedade em 2014, muitas em prol da Associação de Assistência à Criança Deficiente – AACD, entidade que realiza trabalho reconhecido de apoio a crianças e adolescentes com deficiências físicas.



Desde 2013, a Tokio Marine também eliminou a impressão das vias das apólices e de endossos que eram enviadas aos corretores. Desde então, os parceiros de negócios podem acessar os documentos em PDF, via Portal Nosso Corretor. Esses dois processos já suprimiram a impressão de cerca de nove milhões de folhas.



Funcionários fazem doações mensais ou pontuais ao longo do ano

Em novembro, a seguradora participou pelo terceiro ano consecutivo do Teleton, programa exibido pelo Sistema Brasileiro de Televisão – SBT nos dias 7 e 8. Juntamente com seus colaboradores e corretores, a companhia doou um cheque de R\$ 200 mil à instituição. Além disso, cerca de cem colaboradores atuaram como voluntários, atendendo ligações de doadores no próprio *Contact Center* da Tokio Marine. Durante todo o ano, os funcionários também puderam fazer doações mensais ou pontuais por meio de desconto em folha de pagamento.

Antes do Teleton, a AACD também recebeu brinquedos para a comemoração do Dia das Crianças. Em setembro, um grupo de 47 volun-

tários da companhia compareceu à sede da entidade, em São Paulo, para entregar os objetos e realizar uma série de atividades lúdicas para 680 crianças. No Natal, a seguradora doou materiais escolares para a instituição.

Ainda em 2014, a Tokio Marine apoiou mais uma vez a Hora do Planeta, ato simbólico promovido em todo mundo pela Rede WWF, no qual governos, empresas e população demonstram sua preocupação com o meio ambiente, apagando luzes durante 60 minutos. Assim, em 28 de março, véspera da ação mundial, a companhia abriu as persianas e apagou lâmpadas nas matrizes durante o dia, quando era possível aproveitar a luz natural. As sucursais também foram convidadas a participar da ação. Além disso, os colaboradores receberam um e-mail marketing com dicas de como cuidar do planeta.



RELATÓRIO SUSTENTABILIDADE 2014



A SEGUROS UNIMED CONCENTROU ESFORÇOS EM 2014 na ampliação do Programa Atitude Sustentável, que foi implantado na companhia há mais de quatro anos e visa estimular o consumo consciente pelo time da seguradora. A iniciativa prevê redução mensal de 5% no gasto de água e energia e de 25% no total de impressões. Os resultados mostram o sucesso do trabalho e o alto índice de engajamento dos colabora-

dores: considerando o tempo de existência do programa, são 26% de economia de água (em metros cúbicos), 12% de energia (em kW) por colaborador e mais de seis milhões de folhas de papel que deixaram de ser impressas.

A seguradora também conta, nos dois edifícios que abrigam a Matriz, em São Paulo, com recursos sustentáveis nas instalações. Entre eles,



Ainda com relação às ações com foco ambiental, a Seguros Unimed realiza, desde 2010, um inventário de suas emissões indiretas de CO2 (concentradas, em sua maioria, no transporte de colaboradores). Para minimizar os impactos ao meio ambiente, reduziu o número de viagens aéreas e incentivou a carona solidária em 2014.



estão o abastecimento por poço artesiano; cisterna para armazenamento de água da chuva para reuso na limpeza e jardinagem; equipamentos mais eficientes para evitar o desperdício de água e energia, como torneiras automáticas com sensores e redutores de pressão; sistema de ar-condicionado *set free*; e lâmpadas fluorescentes e refletores de alumínio anodizado.

Com essas iniciativas, foram promovidas mudanças nos padrões de consumo de todos os colaboradores, que levaram atitudes simples de consumo consciente para as próprias residências.

Adesão à carona solidária para reduzir impactos ao ambiente

Ainda com relação às ações com foco ambiental, a Seguros Unimed realiza, desde 2010, um inventário de suas emissões indiretas de CO2 (concentradas, em sua maioria, no transporte de colaboradores). Para minimizar os impactos ao meio ambiente, reduziu o número de viagens aéreas e incentivou a carona solidária em 2014.

Além disso, como as carteirinhas de seguro saúde são um recurso fundamental dos negócios da seguradora, houve continuidade do Projeto Reciclo, que promove com clientes e comunidade descarte correto desses objetos em PVC inutilizados (do seguro saúde ou de outros tipos, como os de banco). A ação contempla a máquina Papa Cartão, localizada no prédio que abriga a Matriz da Seguros Unimed e nas estações Paraíso e Consolação do Metrô de São Paulo, além do Shopping Continental. Há, ainda, uma Papa Cartão itinerante que chega, através dos corretores parceiros, a clientes da Seguros Unimed. A Papa Cartão tritura as carteirinhas para que, posteriormente, sejam transformadas em brindes reciclados, como cadernos, porta-copos e porta-retratos.

Em 2014, foram 350 mil cartões coletados. O número foi significativo e a visibilidade do projeto, no período, também. Tanto que a Papa Cartão marcou presença nas apresentações da peça “Como fazer um mundo melhor”, que levou questões de educação ambiental a dez escolas de comunidades paulistas, beneficiando mais de 1.200 crianças.

Riscos e oportunidades têm foco na sustentabilidade e em melhores práticas

Para a Seguros Unimed, a sustentabilidade é parte fundamental de sua estratégia como empresa. Por isso, a partir de um Diagnóstico de Sustentabilidade, em 2014 as lideranças da companhia identificaram riscos e oportunidades da seguradora, tendo a sustentabilidade como foco e priorizando as melhores práticas do setor.

Nessa discussão, foram utilizados como norteadores os seguintes compromissos: Princípios para Sustentabilidade em Seguros – PSI, sigla em inglês, estabelecidos pela Iniciativa Financeira do Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente – UNEP-FI, e o Modelo de Excelência de Gestão, apresentado pela Fundação Nacional da Qualidade com o objetivo de orientar uma

boa gestão. Essas referências já eram utilizadas pela empresa, mas exerceram maior peso no planejamento do último ano.

Os esforços da seguradora nos próximos anos terão como foco cinco temas, definidos na revisão de sua Matriz de Materialidade, que terão prioridade no Planejamento Estratégico 2015: Qualidade do Serviço e Atendimento; Inovação de Produtos e Serviços Responsáveis; Educação e Comunicação para Clientes; Gestão da Cadeia de Valor; Gestão da Operação Direta; e Segurança e Privacidade de Dados de Clientes.

A Seguros Unimed também deu continuidade ao programa de voluntariado, chamado Vida Sustentável, beneficiando 2.058 pessoas, entre adultos e crianças, do Lar das Crianças da Congregação Israelita Paulista.

Só no ano passado, foram 220 colaboradores que se apresentaram como voluntários para o programa, que promoveu na entidade discussões sobre saúde, qualidade de vida, preservação ambiental e sustentabilidade econômica.

Além disso, um mutirão do bem levou o Dia de Fazer a Diferença a instituições de diversas capitais brasileiras para a realização de serviços de jardinagem, pintura e reformas em geral.



A Seguros Unimed também deu continuidade ao programa de voluntariado, chamado Vida Sustentável, beneficiando 2.058 pessoas, entre adultos e crianças, do Lar das Crianças da Congregação Israelita Paulista.





INTEGRAÇÃO FOI A PALAVRA de ordem na Yasuda Marítima Seguros em 2014. Mais uma vez, a empresa desenvolveu uma série de ações ao longo do ano que tiveram sucesso graças ao engajamento dos colaboradores.

Todas as ações desenvolvidas tiveram como objetivo contribuir com uma sociedade mais inclusiva, equânime e sustentável. Dessa forma, foram contempladas atividades que tivessem impacto social, ambiental ou que representassem atendimento e promoção à saúde e à qualidade de vida das pessoas.

Durante o ano, foram promovidas campanhas internas a fim de contribuir com o trabalho de entidades sociais. Um exemplo foi a Campanha do Agasalho, que arrecadou mais de 500 itens, encaminhados à Cruz Vermelha.

A instituição também foi parceira na campanha do Dia das Crianças Solidário, na qual colaboradores da Yasuda Marítima doaram roupas, brinquedos e livros. Todas foram enviadas ao Instituto Projeto Neymar Jr., que promove acesso à prática de atividades físicas, educacionais e culturais a

crianças e familiares moradores do Jardim Glória, na Praia Grande, litoral de São Paulo.

A garotada foi o foco do Natal das Crianças, campanha em que os colaboradores foram convidados a presentear roupas, brinquedos e calçados. Além das 70 crianças "adotadas", a mobilização resultou em mais de 3,1 mil itens encaminhados à Casa da Criança Betinho – Lar Espírita para Excepcionais, entidade filantrópica que dá assistência médica e hospitalar gratuitas a vítimas de paralisia cerebral e suas sequelas. Atualmente, a entidade provém assistência a 89 crianças, dando atendimento em especialidades como neurologia, pneumologia, pediatria, fisioterapia, fonoaudiologia, terapia ocupacional, psicologia, nutrição, assistência social e outras.

Outra entidade assistida pela Yasuda Marítima é a Casa da Esperança, que ampara pessoas com deficiência intelectual. Além de assistência clínica, como consultas com médicos, fisioterapeutas e dentistas, os moradores da instituição realizam tarefas como oficinas de artesanato, musicoterapia, aulas de computação, alfabetização, entre outras atividades de terapia ocupacional.

Entidade japonesa organiza ações sociais em benefício da comunidade

A Sociedade Brasileira de Cultura Japonesa e Assistência Social – Bunkyo, na sigla em japonês, também teve o apoio da Yasuda Marítima. A entidade, que ajuda a preservar e divulgar a cultura japonesa no Brasil e a brasileira no Japão, organiza ações sociais em benefício da comunidade.

A Yasuda Marítima também atuou como apoiadora da Beneficência Nipo-Brasileira de São Paulo – Enkyo, que presta assistência social, moral e material às pessoas em situação de vulnerabilidade e risco social. Entre as instituições ligadas à Enkyo

estão quatro casas de repouso, como a Akebono, que presta atendimento a idosos em regime de residência/abrigos, com capacidade para 50 pessoas. Outro exemplo é o do Projeto de Integração Pró-Autista – PIPA, que ajuda crianças portadoras de autismo a se tornarem adultos independentes e integrados à sociedade.

Para ajudar no abastecimento dos hemocentros da cidade de São Paulo, a Yasuda Marítima promoveu uma campanha de doação em parceria com o Instituto Pró-Sangue, que envolveu 49 colaboradores e o Hospital das Clínicas.

Em agosto, a empresa recebeu duas representantes do Instituto Ronald McDonald para venda de *tickets* de *Big Mac*, cujo valor arrecadado é doado ao Grupo de Apoio ao Adolescente e à Criança com Câncer – GRAACC. O *McDia Feliz* é a maior fonte de arrecadação para a instituição. Os colaboradores adquiriram cem tiquetes.







O Seguro e a Sociedade

- Preservação de bens, renda e saúde das famílias
- RH: valorização das pessoas é fator estratégico



Preservação de **bens, renda e saúde das famílias**

A indústria nacional de seguros devolveu à sociedade mais de R\$ 207 bilhões em pagamentos de sinistros, sorteios, benefícios, indenizações e resgates.

NESTE ANO AS EMPRESAS do mercado segurador devolveram à sociedade brasileira mais de R\$ 207 bilhões em pagamentos de sinistros de seguros gerais, sorteios de títulos de capitalização, benefícios, indenizações e resgates na área de saúde e despesas assistenciais com milhares de brasileiros, cumprindo assim seu papel institucional de preservar a riqueza segurada. Este valor corresponde a mais de 60% da receita bruta acumulada pelas empresas no ano – um crescimento de 12,5% em relação ao ano anterior.

O mercado segurador vem reforçando, ano após ano, sua importância no desempenho econômico do País. A participação do setor na formação do Produto Interno Bruto – PIB alcançou 6,38%, resultado que demonstra o aumento da confiança dos brasileiros na proteção oferecida pelos produtos do seguro.

Para garantir a solidez das operações do mercado, as empresas seguradoras são obrigadas por lei a constituírem reservas técnicas, que no ano

chegaram a R\$578 bilhões. Este valor somado ao patrimônio líquido das companhias totalizou mais de R\$697 bilhões. A soma dos ativos chegou a quase R\$771 bilhões.

Os tributos recolhidos pelo mercado ao longo do ano chegaram à casa dos R\$ 13,6 bilhões, um incremento de quase 35% em relação ao exercício anterior.





RH: **valorização** das pessoas é fator **estratégico**

No mundo globalizado, não é novidade que a integração de pessoas e processos leve a grandes oportunidades e norteie a gestão dos colaboradores na direção dos objetivos e metas das empresas.

OS RECURSOS HUMANOS têm importância cada vez mais estratégica no desenvolvimento das culturas organizacionais – e não é diferente no mercado segurador.

As companhias de seguros reafirmam, ano a ano, seu compromisso com a valorização das pessoas como fator estratégico para a manutenção do crescimento que vem sendo experimentado pelo mercado nos últimos anos.

Nesse sentido, investiram em 2014, R\$ 4,19 bilhões na área de RH com o pagamento de salários e de benefícios. Desse total, 48,6% foram destinados à remuneração do trabalho; 40,5%, a terceirizados e prestadores de serviços; e 10,9% a benefícios, como treinamento, assistência médica e odontológica, seguros de vida, previdência complementar entre outros.

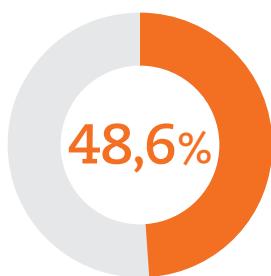
As companhias também fizeram investimentos na formação de seus funcionários ao longo do ano. A maioria (94%) participou de cursos internos patrocinados pelas empresas e 6% de

cursos externos. Os números absolutos mostram que os cursos internos foram frequentados por 125.426 pessoas – dado que leva em conta uma mesma pessoa frequentando mais de um curso.

Despesas Salariais e Assistência Social aos Funcionários ▼

	em bilhões (R\$)	
Remuneração do trabalho	2,03	48,6%
Terceirizados e prestadores de serviços	1,70	40,5%
Benefícios (treinamento, assistência médica e odontológica, seguros de vida, previdência complementar entre outros)	0,46	10,9%
Total	4.19	100,0%

Distribuição dos recursos e outros benefícios ▼



Remuneração
do trabalho

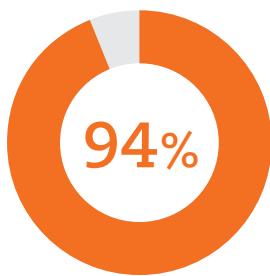


Terceirizado e
prestadores de serviço



Outros
benefícios

Funcionários em cursos patrocinados pela empresa ▼



Participantes cursos internos

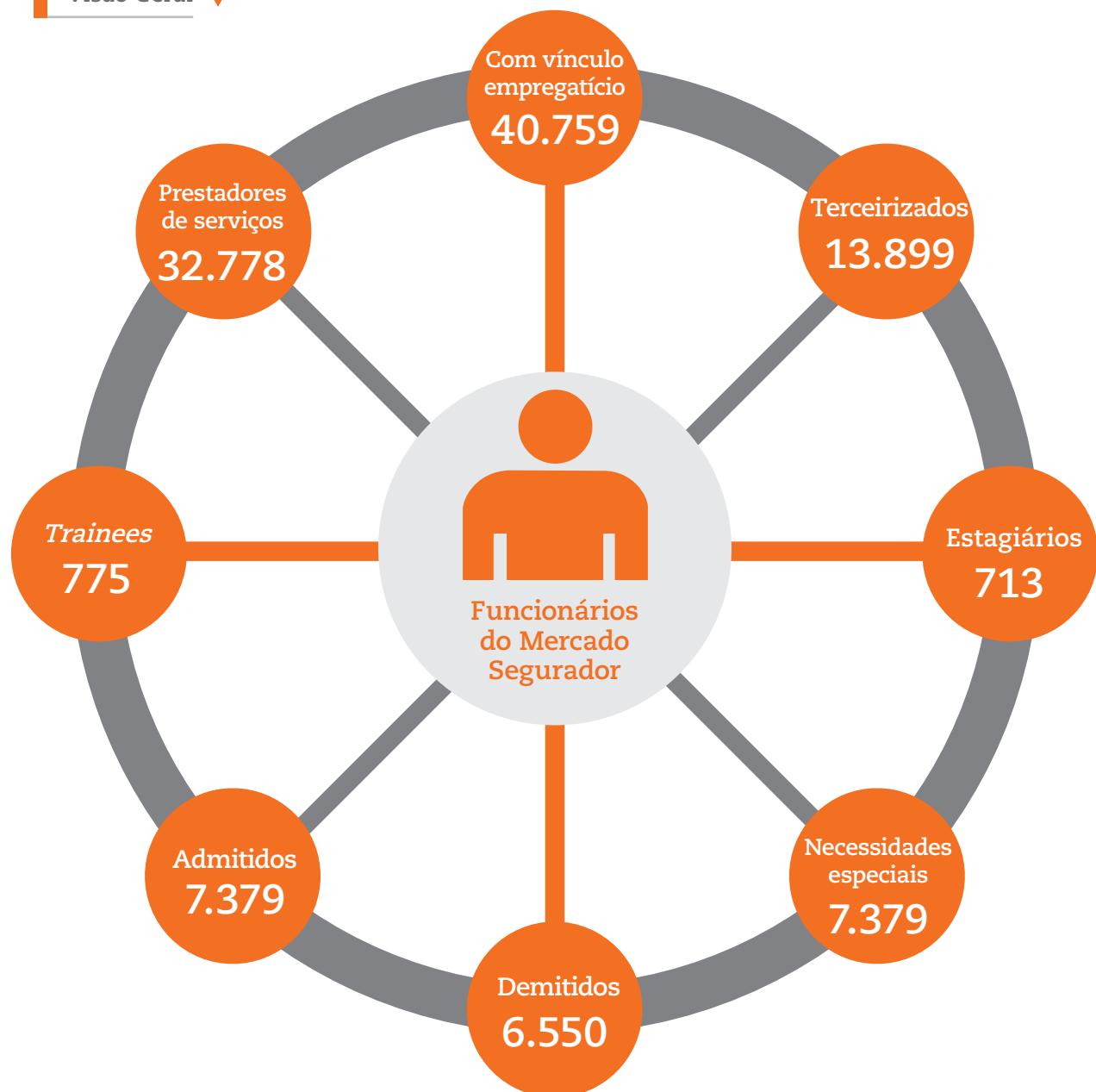


Participantes cursos externos

A quantidade de funcionários que atuavam no mercado segurador com vínculo empregatício durante o ano chegou a 40.759. Os terceirizados (pessoas físicas sem vínculo empregatício) somaram 13.899 e os prestadores de serviços (empresas contratadas com CNPJ), 32.778.

Os estagiários, *trainees* e aprendizes continuaram integrando o quadro de pessoal das empresas, com 713 e 775 pessoas contratadas, respectivamente. A participação dos terceirizados manteve-se expressiva, com 13.899 trabalhadores atuando nessa condição. As pessoas com necessidades especiais – PNE, somaram 1.394 funcionários. No compilado do ano, o número de funcionários admitidos foi superior ao de demitidos: 7.379 contra 6.550.

Visão Geral ▼



Divisão por sexo

A participação das mulheres no mercado de trabalho dos segmentos de seguros manteve-se estável em comparação a 2013. Elas respondiam por 23.078 cargos (56,6%) contra 17.681 dos homens (43,4%).

Na área corporativa (Estratégia, Relação com Investidores, Governança Corporativa), o total de funcionários (632) era predominantemente do sexo masculino (51%). O mesmo foi observado entre os 7.364 funcionários de nível tático, com os homens respondendo por 52% do total.

A situação se inverte entre os 32.297 funcionários de nível operacional, com o sexo feminino respondendo por 59%.

Distribuição de funcionários por Sexo ▼

43,4%
Homens



56,6%
Mulheres



Número de funcionários alocados na Área Corporativa ▼

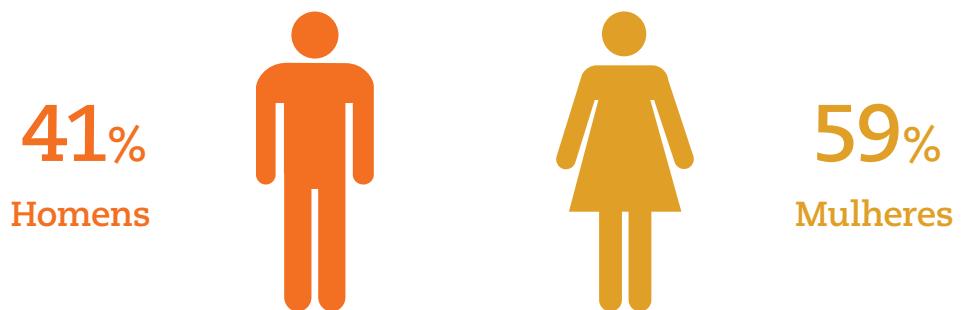
51%
Homens



49%
Mulheres



Número de funcionários em Nível Operacional ▼

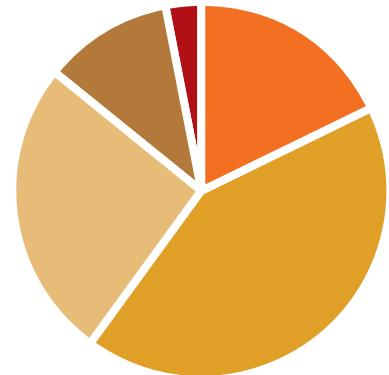


Em relação à faixa etária, a maioria dos funcionários do mercado segurador têm entre 26 e 35 anos (42%); seguidos por aqueles que estão com idades entre 36 e 45 anos (26%) e com até 25 anos (18%). Os mais velhos representam 11% (de 46 a 55 anos) e 3% (acima de 55 anos).

Distribuição de funcionários por Faixa Etária ▼

Média do Ano em %

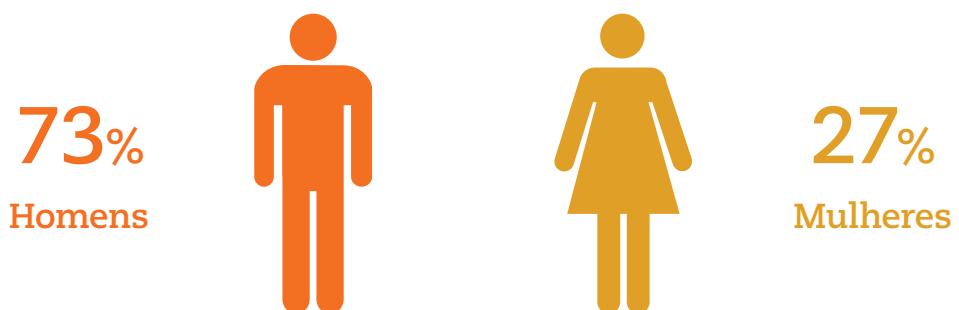
Até 25 anos	18%
De 26 e 35 anos	42%
De 36 e 45 anos	26%
De 46 a 55 anos	11%
Acima de 55 anos	3%



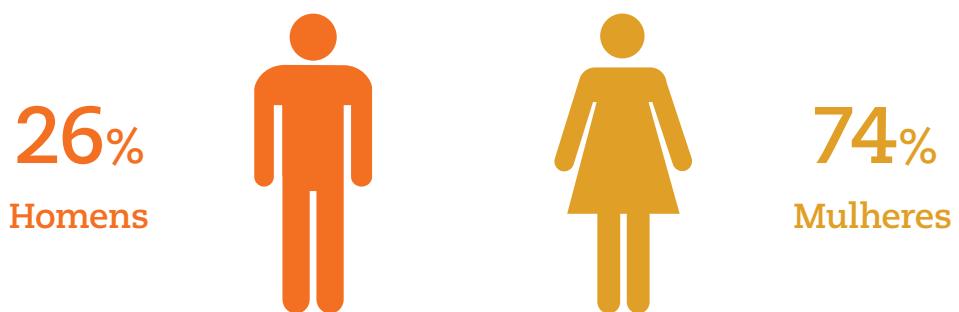
Salários

Apesar de as mulheres representarem a maior parte da força de trabalho do mercado, os homens disparam na frente quando a questão se refere a remuneração. Entre os que ganham os cinco maiores salários, 73% são homens e apenas 27%, mulheres. O resultado é invertido quando a comparação é baseada nos dez menores salários pagos pelo setor: 74% são mulheres e 26%, homens.

Número de funcionários nos 5 maiores salários ▼



Número de funcionários nos 10 menores salários ▼



Na sede das empresas a maior parte dos funcionários é formada por mulheres (56%), que também dominam o quadro das filiais, sucursais e outras unidades (58%). Há um equilíbrio entre os sexos entre os funcionários alocados na área Técnica, com 50% de cada sexo. Portanto, na área Comercial, as mulheres são maioria: 63%. Os homens dominam os cargos da área Administrativa Financeira, com 52%; e da área Corporativa, com 51%.



Grau de Escolaridade

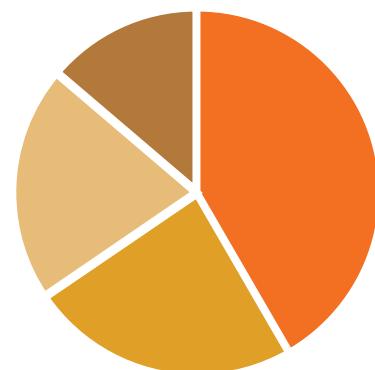
O número de mulheres com escolaridade mais alta que a dos homens é observado em todos os níveis, mas principalmente entre os que têm curso superior completo: 9.485 são do sexo feminino, contra 6.964 do sexo masculino.

A maioria dos 40.759 funcionários do mercado têm grau superior completo (40,7%), superior incompleto (23,2%) e ensino médio completo (20%). Os funcionários com mestrado, doutorado ou pós-graduados somam 5.502 (13,6%).

Distribuição de funcionários por Grau de Escolaridade ▼

Média do Ano em %

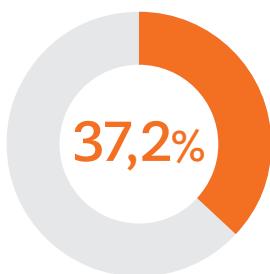
Até 25 anos	40,7%
De 26 e 35 anos	23,2%
De 36 e 45 anos	20%
De 46 a 55 anos	13,6%



Tributos

Durante o ano de 2014, os pagamentos de tributos, encargos e taxas consumiram R\$ 9,75 milhões. O Imposto de Renda de Pessoa Jurídica respondeu – IRPJ por 37,2%, seguido pela Contribuição Social sobre o Lucro Líquido – CSLL, com 24,3% e a Contribuição para Financiamento da Seguridade Social – Cofins, com 15,6%.

Impostos, Encargos e Taxas ▼



IRPJ



CSLL



Cofins



Empresas que participaram da Pesquisa CNseg

1	Alfa Previdência e Vida S.A.
2	Alfa Seguradora S.A.
3	Atlântica Companhia de Seguros
4	Bradesco Auto/Re Companhia de Seguros
5	Bradesco Capitalização S.A.
6	Bradesco Seguros S A.
7	Bradesco Vida e Previdência S.A.
8	Brasilcap Capitalização S.A.
9	Brasilprev Seguros e Previdência S.A.
10	Capemisa Seguradora de Ramos Elementares S.A.
11	Capemisa Seguradora de Vida e Previdência S.A.
12	Cardif Capitalização S.A.
13	Cardifdo Brasil Seguros e Garantias S.A.
14	Cardif do Brasil Vida e Previdência S.A.
15	Luizaseg Seguros S.A.
16	GBOEX – Grêmio Beneficente
17	Generali Brasil Seguros S.A.
18	Liderança Capitalização S.A.
19	HSBC Capitalização S.A.
20	HSBC Empresa de Capitalização S.A.
21	HSBC Seguros S.A.
22	HSBC Vida e Previdência S.A.
23	Companhia Brasileira de Seguros e Previdência
24	Icatu Capitalização S.A.
25	Icatu Seguros S.A.
26	Vanguarda Companhia de Seguros Gerais
27	American Life Companhia de Seguros
28	Berkley International do Brasil Seguros S.A.
29	Chubb do Brasil Companhia de Seguros
30	Comprev Previdência S.A.
31	Mongeral Aegon Seguros e Previdência S. A.
32	Prudential do Brasil Seguros de Vida S.A.

33	QBE Brasil Seguros S.A.
34	Sabemi Previdência Privada
35	Sabemi Seguradora S.A.
36	Cia. Itaú de Capitalização
37	Itaú BMG Seguradora S.A.
38	Itau Seguros S.A.
39	Itaú Vida e Previdência S.A.
40	J. Malucelli Seguradora S.A.
41	J. Malucelli Seguros S.A.
42	Indiana Seguros S.A.
43	Liberty Seguros S.A.
44	Mapfre Capitalização S.A.
45	Mapfre Previdência S.A.
46	Mapfre Seguradora de Crédito à Exportação S.A.
47	Aliança do Brasil Seguros S.A.
48	Capemisa Capitalização S.A.
49	Companhia de Seguros Aliança do Brasil
50	Mapfre Seguros Gerais S.A.
51	Mapfre Vida S.A.
52	Pottencial Seguradora S.A.
53	Sancor Seguros do Brasil S.A.
54	Seguradora Líder dos Consórcios do Seguro DPVAT S.A.
55	Unimed Seguros Patrimoniais S.A.
56	XL Seguros Brasil S.A.
57	Azul Companhia de Seguros Gerais
58	Itaú Seguros de Auto e Residência S.A.
59	Porto Seguro Capitalização S.A.
60	Porto Seguro Cia de Seguros Gerais
61	Porto Seguro Vida e Previdência S.A.
62	Santander Capitalização S.A.
63	Sul América Capitalização S.A. – Sulacap
64	Sul América Companhia de Seguros Gerais
65	Sul América Companhia Nacional de Seguros
66	Sul América Seguros de Pessoas e Previdência S.A.
67	Tokio Marine Seguradora S.A.
68	Unimed Seguradora S.A.





Os Segmentos

- Números que sustentam o bom desempenho dos segmentos
- Segmento de Seguros Gerais
- Segmento de Pessoas
- Segmento de Saúde Suplementar
- Segmento de Capitalização



Números que sustentam o bom desempenho dos segmentos

Produtos sob medida para proteger o patrimônio da sociedade brasileira.

OS QUATRO SEGMENTOS QUE FORMAM a indústria seguradora do País registraram aumento de 12,1% da arrecadação em 2014. O melhor desempenho ficou por conta da Saúde Suplementar, que cresceu 16,2% no período, em comparação ao ano anterior, e chegou ao montante de R\$ 128,4 bilhões.

Na sequência, veio o segmento de Pessoas, cuja receita teve um incremento de 11,7% comparação, totalizando R\$ 111,4 bilhões. Os seguros

gerais arrecadaram R\$ 65,3 bilhões (7,8% acima do desempenho de 2013), com destaque mais uma vez para a carteira de Automóveis, que acumulou R\$ 31,4 bilhões em receitas. A Capitalização somou R\$ 21,8 bilhões (4,3% de aumento).

Os valores destinados à sociedade (R\$ 207,3 bilhões), sob forma de pagamento de sinistros, sorteios, benefícios e assistência, foram assim divididos entre os quatro segmentos: R\$ 34,1 bilhões



em Seguros Gerais; R\$ 16,3 bilhões na Capitalização; R\$ 49,9 bilhões na Previdência Complementar (R\$ 7,6 bilhões em indenização dos planos de riscos e R\$ 42,3 bilhões em benefícios); além de R\$ 107 bilhões na Saúde Suplementar.

Apesar das dificuldades que o País vem enfrentando no plano econômico, esse bom desempenho dos segmentos vem sendo mantido de forma consistente nos últimos anos. Ainda assim, a taxa de penetração de seguros ainda é baixa no Brasil: o País ocupa a 43^a posição no ranking mundial de consumo per capita, o que dá a exata dimensão das perspectivas de crescimento.

Apesar das dificuldades que o País vem enfrentando no plano econômico, esse bom desempenho dos segmentos vem sendo mantido de forma consistente nos últimos anos.





Segmento de **Seguros Gerais**

As indenizações pagas à sociedade chegaram a R\$ 34,1 bilhões, um aumento de 12,4% em relação ao ano anterior.

OS NÚMEROS OBSERVADOS PELO segmento de Seguros Gerais ao longo de 2014 mostram um aumento da penetração dos produtos de seguros nas diversas camadas sociais, além de maior conscientização da população brasileira sobre a importância de se garantir proteção ao patrimônio conquistado.

O montante de indenizações pagas à sociedade chegou a R\$ 34,1 bilhões, um resultado 12,4% acima

do registrado no ano anterior, que foi de R\$ 30,3 bilhões. O segmento reúne os ramos Automóvel, Patrimonial, Riscos Especiais, Responsabilidades, Transportes, Riscos Financeiros, Crédito, Habitacional, Cascos, Rural e Danos Pessoais Causados por Veículos Automotores de Via Terrestre – DPVAT.

Como nos anos anteriores, o destaque ficou por conta do ramo Automóvel, que respondeu por quase 58% do total das indenizações pagas,

com R\$ 19,6 bilhões – um aumento de 13,4% em relação a 2013. O número de proprietários de automóveis que contaram com a proteção do seguro para seus bens ao longo do ano era de 18 milhões, ou 30% da frota circulante nacional, o que mostra o significativo potencial de crescimento da carteira para os próximos anos. Os dados impactam diretamente no pagamento do Seguro Obrigatório DPVAT.

O ramo Patrimonial (seguros massificados residencial, empresarial, condomínio e de equipamentos eletrônicos) também proporcionou significativo retorno à sociedade, com pagamento de R\$ 5,3 bilhões em indenizações, valor 15,6% acima do observado ano anterior. Apesar da baixa penetração que ainda representa, o seguro Residencial respondeu por R\$ 584 milhões pagos em indenizações ao longo do ano. Cada vez mais importante para a garantia das colheitas no campo, que sofrem exposição crescente às intempéries climáticas, o seguro Rural pagou R\$ 1,3 bilhão aos produtores em 2014, montante que representa um acréscimo de 58% em comparação ao ano anterior, que foi de R\$ 795 milhões.

Outros ramos que também tiveram um volume significativo de indenizações pagas no ano passado foram: Responsabilidade Civil (R\$ 514 milhões) e Transportes (R\$ 1,9 bilhão).

O seguro DPVAT pagou 763.365 indenizações no ano, em todo o Brasil, o que representou aumento de 20% em relação a 2013. Um dado que chama a atenção é o fato de que mais de 52% dos acidentados encontrarem-se na faixa de 18 a 34 anos, justamente a que concentra a maior parte da População Economicamente Ativa – PEA do País.

As motocicletas foram, mais uma vez, as grandes vilãs do ano, respondendo por 76% dos acidentes indenizados. O anoitecer é o horário que concentra a maior quantidade de registro de acidentes com motos, representando 23% das indenizações.

No Sudeste, região que possui a maior parte da frota nacional, foi registrado o número mais elevado de casos de acidentes de trânsito com morte. Ao todo, 38% das indenizações resultantes de ocorrências fatais foram destinados a vítimas da região.



As motocicletas foram, mais uma vez, as grandes vilãs do ano, respondendo por 76% dos acidentes indenizados. O anoitecer é o horário que concentra a maior quantidade de registro de acidentes com motos, representando 23% das indenizações.





Segmento de Pessoas

Os seguros e planos de Previdência Complementar Aberta desempenham papel importante para o desenvolvimento socioeconômico do País.

O SEGMENTO DE PESSOAS, contemplando as coberturas de risco e por sobrevivência dos planos de Seguros de Pessoas e de Previdência Complementar Aberta, desempenha importante papel no desenvolvimento econômico e social do País.

Através de uma ampla gama de produtos, o segmento objetiva proteger indivíduos e famílias contra as adversidades financeiras decorrentes de infortúnios a que todos estão sujeitos ao longo da vida.

Nesse sentido, as sociedades seguradoras e entidades abertas de Previdência Complementar estruturam e comercializam diversos planos, todos destinados a aliviar as pressões financeiras decorrentes de situações como invalidez, doenças graves, perda ou redução da renda e morte.

O Seguro de Pessoas cumpre relevante função socioeconômica pois, entre outros, elimina os riscos de inadimplência (Seguro Prestamista), de descontinuidade na educação de crianças e adoles-

centes (Seguro Educacional) e de maiores impactos financeiros pela perda de rendimentos do trabalho (Seguro Desemprego e de Perda de Renda).

Há, ainda, o Seguro Habitacional, destinado a garantir, na ocorrência de situações previstas contratualmente, a quitação de financiamentos imobiliários, inclusive no caso de imóveis adquiridos no âmbito do Programa Minha Casa Minha Vida, do Governo Federal. Ao reduzir o risco de inadimplência, viabiliza-se a redução dos juros cobrados nesses financiamentos, propiciando condições para mais pessoas terem acesso à casa própria e estimulando o setor de construção civil, forte gerador de empregos.

O Microseguro de Pessoas, voltado à proteção da população de renda mais baixa, contribui para a inclusão social e financeira e para uma maior equidade social.

Os planos de caráter previdenciário, por sua vez, também cuidam de prover proteção financeira para os casos de morte e de invalidez e, especialmente, para a complementação da renda na aposentadoria, possibilitando aos mais idosos usufruir melhor essa etapa da vida.

Ciente do relevante papel econômico e social dos segmentos representados pela FenaPrev, a Diretoria Estatutária da entidade acompanha permanentemente os cenários econômico, social, demográfico e de evolução tecnológica e científica do País, analisando-os e buscando iniciativas destinadas a atender, cada vez mais e melhor, a um maior número de pessoas, de forma aderente às necessidades, anseios e possibilidades de cada um.

Nessa análise, tem se mostrado fator preponderante a alteração demográfica e os desafios que isso traz para o Brasil como um todo e para o Segmento de Pessoas, particularmente no tocante à estruturação de novos produtos, considerando o fato de o País estar caminhando para uma população majoritariamente idosa e cada vez mais longeva.

Atenta às diversas transformações e inovações, a Diretoria Estatutária da FenaPrev contratou consultoria estratégica para, com base na análise da realidade brasileira e das experiências de outros países, identificar iniciativas que permitam atender cada vez mais e melhor os anseios da população, com reflexos positivos para o desenvolvimento social e econômico sustentado do País.



O Microseguro de Pessoas, voltado à proteção da população de renda mais baixa, contribui para a inclusão social e financeira e para uma maior equidade social.





Segmento de Saúde Suplementar

Número de beneficiários ultrapassou a casa dos 70 milhões e associadas à FenaSaúde respondem por 40% dessa população.

AS 25 OPERADORAS ASSOCIADAS à FenaSaúde foram responsáveis pela cobertura de 29 milhões de beneficiários, o que representava 40,5% dos vínculos do mercado de Saúde Suplementar, em dezembro de 2014. O crescimento foi de 3,5% no número de beneficiários, na comparação com 2013.

O mercado de Saúde Suplementar totalizou 72,2 milhões beneficiários de planos e seguros de saúde e cresceu 3,4% no mesmo período. O crescimento do setor foi impulsionado, princi-

palmente, pela elevação do rendimento médio real e pelo nível de emprego.

Nas associadas à Federação, aproximadamente 97% dos beneficiários possuem planos completos, ou seja, com a segmentação ambulatorial e hospitalar, associada ou não à cobertura obstétrica. Na Saúde Suplementar, esses produtos respondem por 93,9% dos vínculos em dezembro de 2014.

Quanto à época de contratação, cerca de 91,5% dos beneficiários de planos médicos e 97,5%

dos planos exclusivamente odontológicos possuem planos novos, com as coberturas garantidas pela Lei 9.656/98. Na Saúde Suplementar, esses planos correspondem a 88,7% e 97,8%, respectivamente.

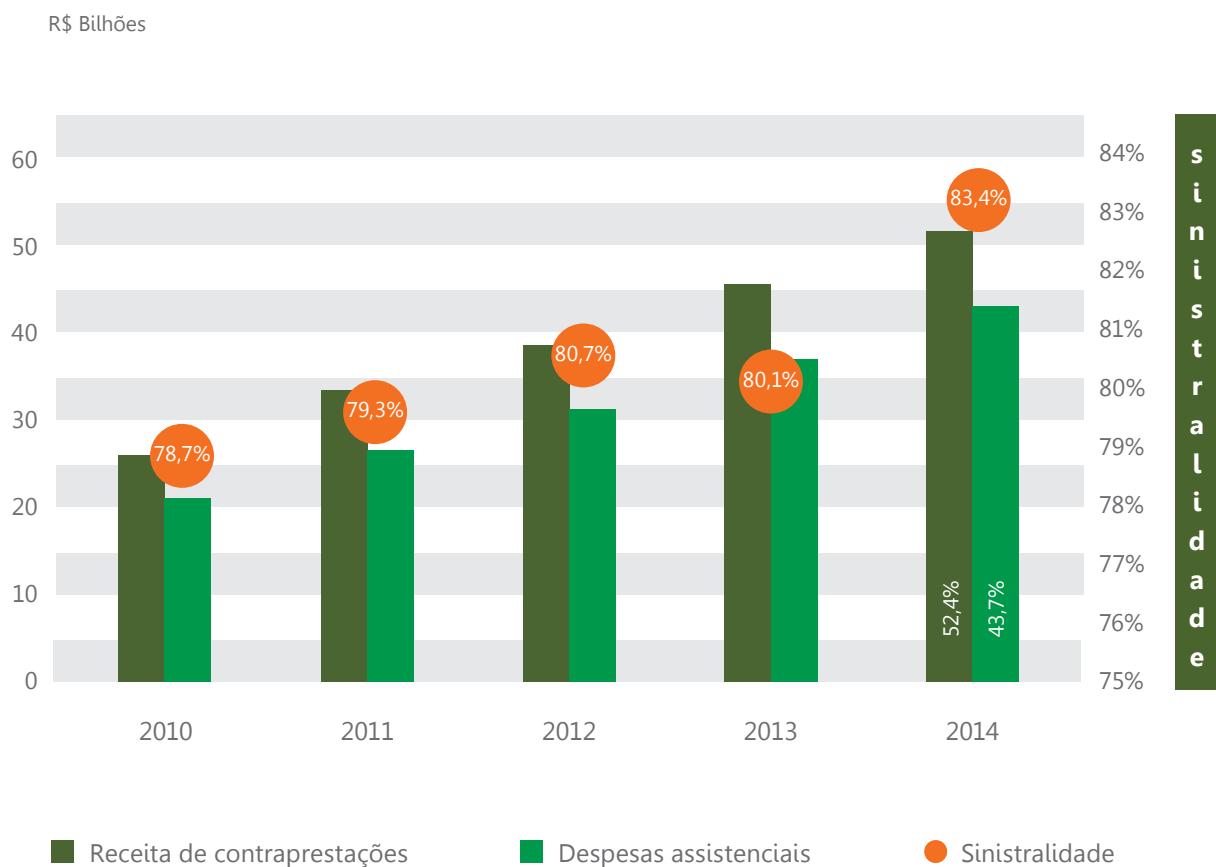
Receita e despesa

A receita de contraprestações dos planos e seguros privados de assistência à saúde – referente

aos beneficiários das associadas da FenaSaúde – foi de R\$ 52,4 bilhões, em 2014, o que representa 40,2% de toda a receita do mercado de Saúde Suplementar.

A despesa assistencial consumiu 83,4% da receita, o que significa que de cada R\$ 100 arrecadados na forma de mensalidades dos planos, cerca de R\$ 83 foram destinados ao custeio das despesas dos beneficiários com a prestação de serviços de assistência médica e odontológica.

Gráfico 1 – Receita, despesa assistencial e sinistralidade – FenaSaúde ▼



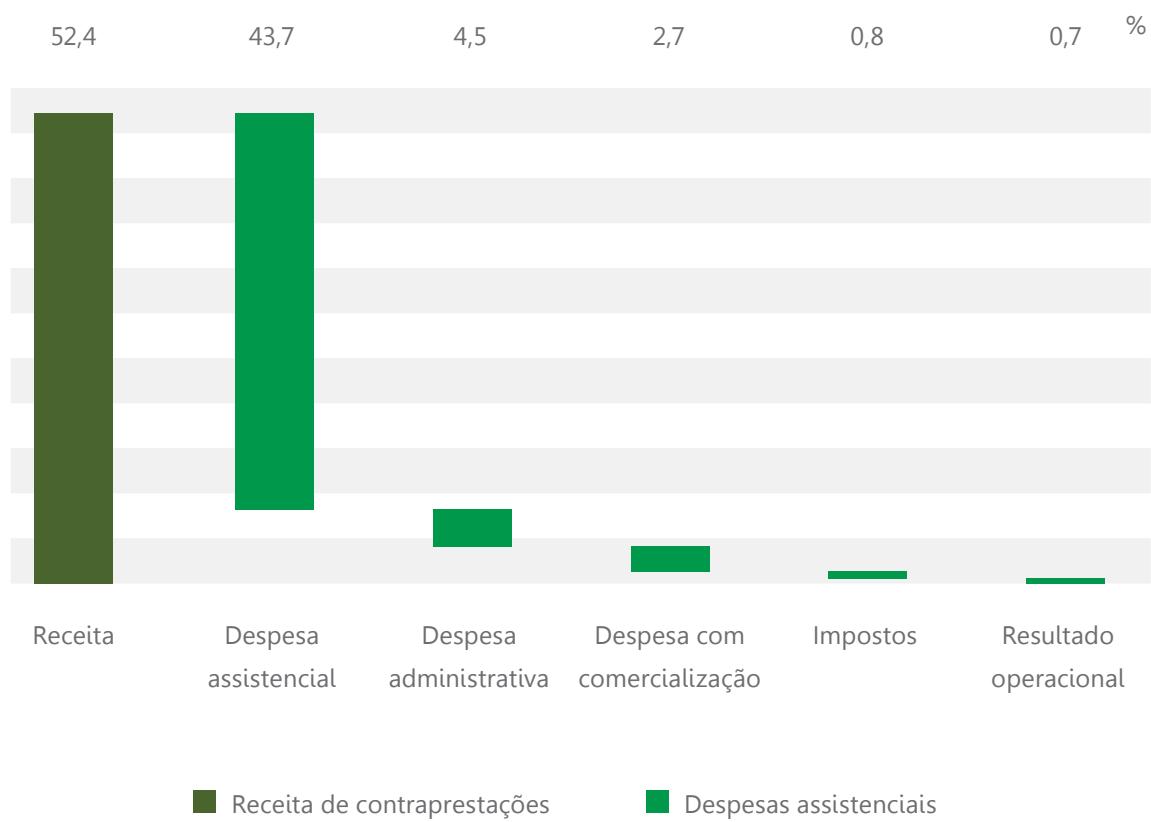
Fonte: Documento de informações periódicas das operadoras de planos de assistência à saúde – DIOPS/ANS – Extraído em 30/4/15

Resultado operacional

O resultado operacional no período foi de R\$ 0,7 bilhão, equivalente a 1,4% da receita. Os recursos destinados ao custeio das despesas totais – que equivalem a 98,6% da receita de contraprestações – foram utilizados da seguinte forma:

- R\$ 43,7 bilhões (83,4% da receita) destinados ao custeio das despesas assistenciais para pagamento dos serviços dos profissionais e aos estabelecimentos de saúde.
- R\$ 8 bilhões (15,2% da receita) destinados às demais despesas das operadoras (administrativas, com comercialização e impostos).

Gráfico 2 – Resultado operacional – FenaSaúde ▼



Fonte: Documento de informações periódicas das operadoras de planos de assistência à saúde – DIOPS/ANS – Extraído em 30/4/15.

A diferença entre receitas e despesas constitui o resultado operacional das operadoras, que foi de R\$ 0,8 bilhão. Estes recursos remuneram os investidores e

financiam os investimentos futuros. Ressalta-se que, de cada R\$ 100 arrecadados, apenas R\$ 0,80 se destinam a remunerar as operadoras e os investidores.



Beneficiários das associadas

Beneficiários¹ de planos de saúde, por cobertura e segmentação assistencial ▼ do plano, segundo época e tipo de contratação do plano (Dez/14)

Época e tipo de contratação do plano	Assistência médica com ou sem odontologia						Excl. Odonto	Total médico e Excl. Odonto
	Total	Ambulatorial	Hospitalar ²	Hospitalar ² e ambulatorial	Referência	Não informado		
Total	15 948.754	21.345	203 970	14 938.884	711.048	73.507	13.093.455	29.042.209
Coletivo ³	14.044.017	19.657	91.687	13.247.056	685.617	-	11.207.726	25 251.743
Individual	1.831.187	1.688	112.283	1.691.785	25.431	-	1.883.865	3.715.052
Não informado	73.550	-	-	43	-	73.507	1.864	75.414
Novos	14.863.006	20.429	99.457	14.032.072	711.048	-	12.784.759	27.647.765
Coletivo ³	13.498.119	18.949	85.235	12.708.318	685.617	-	10 900.969	24.399.088
Individual	1.364.887	1.480	14.222	1.323.754	25.431	-	1.883.790	3 248.677
Antigos	1.085.748	916	104.513	906.812	-	73.507	308.696	1.394.444
Coletivo ³	545.898	708	6.452	538.738	-	-	306.757	852.655
Individual	466.300	208	98.061	368.031	-	-	75	466.375
Não informado	73.550	-	-	43	-	73.507	1.864	75.414

Fonte: Sistema de Informações de Beneficiários – ANS/MS – fev/15

Nota: ¹O termo "beneficiário" refere-se a vínculos aos planos de saúde, podendo incluir vários vínculos para um mesmo indivíduo. ²Inclui planos hospitalares com ou sem obstetrícia. ³Inclui os beneficiários identificados como: "Coletivo não identificado".

Beneficiários de planos médicos (com ou sem odontologia), segundo a época e a forma ▼
de contratação do plano, por grandes regiões e unidades da Federação (Dez/14)

Grandes regiões e unidades da federação	Assistência médica com ou sem odontologia							
	Total	Novos			Antigos			
		Total	Coletivo	Individual	Total	Coletivo	Individual	Não informado
Brasil	15 948.754	14.833.006	13.498.119	1.364.887	1.085.748	545.898	466.300	73.550
Norte	598.353	585.601	480.612	104.989	12.752	10.787	1.834	131
Rondônia	29.063	27.688	27.599	89	1.375	1.296	78	1
Acre	3.636	3.295	3.248	47	341	287	54	0
Amazonas	305.113	300 941	279.996	20.945	4.172	3.646	482	44
Roraima	2.566	2 250	2.224	26	316	293	23	0
Pará	235.519	230.903	147.236	83.667	4.616	3.506	1.086	24
Amapá	13.791	13.282	13.159	123	509	447	27	35
Tocantins	8.665	7.242	7.150	92	1.423	1.312	84	27
Nordeste	2.964.224	2.770.793	2.264.556	506.237	193.431	64.085	110.609	18.737
Maranhão	187.044	182.593	165.690	16.903	4.451	3.704	710	37
Piauí	20.667	19.654	16.124	3.530	1.013	866	126	1
Ceará	571.170	554.514	420.384	134.130	16.656	8.377	6.848	1.431
Rio Grande do Norte	297.690	292.529	181.008	111.521	5.161	2.536	2.263	362
Paraíba	84.478	81.224	73.304	7.920	3.254	2.379	810	65
Pernambuco	771.229	701.811	570.341	131.470	69.418	16.708	36.860	15.850
Alagoas	129.266	124.968	90.374	34.594	4.298	2.274	2.003	21
Sergipe	96.553	94.834	72.173	22.661	1.719	984	709	26
Bahia	806.127	718.666	675.158	43.508	87.461	26.237	60.280	944
Sudeste	10.915.000	10.124.169	9.452.008	672.161	790.831	404.912	334.327	51.592
Minas Gerais	516.448	472.207	467.489	4.718	44.241	37.405	6.162	674
Espírito Santo	104.902	99.347	98.584	763	5.555	4.897	605	53
Rio de Janeiro	2.601.463	2.385.026	2.195.843	189.183	216.437	134.762	73.331	8.344
São Paulo	7.692.187	1.167.589	6.690.092	477.497	524.598	227.848	254.229	42.521



Continuação

Grandes regiões e unidades da federação	Assistência médica com ou sem odontologia							
	Total	Novos			Antigos			
		Total	Coletivo	Individual	Total	Coletivo	Individual	Não informado
Sul	767.909	705.121	651.085	54.036	62.788	46.902	14.358	1.528
Paraná	371.411	349.870	297.660	52.210	21.541	14.415	6.039	1.087
Santa Catarina	160.001	136.504	135.768	736	23.497	22.284	1.078	135
Rio Grande do Sul	236.497	218.747	217.657	1.090	17.750	10.203	7.241	306
Centro-Oeste	703.227	677.287	649.832	27.455	25.940	19.212	5.166	1.562
Mato Grosso do Sul	43.810	40.548	40.096	452	3.262	2.649	582	31
Mato Grosso	43.407	39.827	39.488	339	3.580	2.895	652	33
Goiás	157.595	150.535	142.338	8.197	7.060	5.507	862	691
Distrito Federal	458.415	446.377	427.910	18.467	12.038	8.161	3.070	807
UF não Identificada	41	35	26	9	6	0	6	0

Fonte: Sistema de Informações de Beneficiários – ANS/MS – fev/15 –

Beneficiários de planos exclusivamente odontológicos segundo a época e a forma ▼
de contratação do plano, por grandes regiões e unidades da Federação

Grandes regiões e unidades da federação	Exclusivamente odontológico							
	Total	Novos			Antigos			
		Total	Coletivo	Individual	Total	Coletivo	Individual	Não informado
Brasil	13.093.455	12.784.759	10.900.969	1.883.790	308.696	306.757	75	1.864
Norte	651.058	639.527	435.659	203.868	11.531	11.531	0	0
Rondônia	25.920	24.801	20.950	3.851	1.119	1.119	0	0
Acre	6.202	5.770	4.610	1.160	432	432	0	0
Amazonas	337.143	333.452	282.094	51.358	3.691	3.691	0	0
Roraima	3.956	3.603	2.563	1.040	353	353	0	0
Pará	242.201	237.969	96.967	141.002	4.232	4.232	0	0
Amapá	10.176	9.665	6.174	3.491	511	511	0	0
Tocantins	24.460	24.267	22.301	1.966	1.193	1.193	0	0
Nordeste	2.385.135	2.347.616	1.590.600	757.016	37.519	37.116	0	403
Maranhão	136.005	133.281	88.409	44.872	2.724	2.724	0	0
Piauí	28.653	27.544	18.358	9.186	1.109	1.109	0	0
Ceará	335.293	329.964	180.710	149.254	5.329	5.321	0	8
Rio Grande do Norte	168.116	166.672	89.940	76.732	1.444	1.444	0	0
Paraíba	61.103	59.346	40.511	18.835	1.757	1.757	0	0
Pernambuco	608.308	597.859	445.109	152.750	10.449	10.446	0	3
Alagoas	180.287	179.121	89.810	89.311	1.166	1.166	0	0
Sergipe	139.338	138.491	74.857	63.634	847	847	0	0
Bahia	728.032	715.338	562.896	152.442	12.694	12.302	0	392
Sudeste	8.012.764	7.801.253	7.011.448	789.805	211.511	210.004	75	1.432
Minas Gerais	801.728	763.677	693.787	69.890	38.051	38.028	0	23
Espírito Santo	201.066	198.609	171.169	27.440	2.457	2.457	0	0
Rio de Janeiro	2.353.375	2.309.761	1.919.121	390.640	43.614	43.457	42	115
São Paulo	4.656.595	4.529.206	4.227.371	301.835	127.389	126.062	33	1.294



Continuação

Grandes regiões e unidades da federação	Assistência médica com ou sem odontologia							
	Total	Novos			Antigos			
		Total	Coletivo	Individual	Total	Coletivo	Individual	Não informado
Sul	994.372	962.784	889.142	73.642	31.588	31.563	0	25
Paraná	467.075	457.914	417.501	40.413	9.161	9.155	0	6
Santa Catarina	206.733	200.919	188.656	12.263	5.814	5.803	0	11
Rio Grande do Sul	320.564	303.951	282.985	20.966	16.613	16.605	0	8
Centro-Oeste	1.050.076	1.033.529	974.070	59.459	16.547	16.543	0	4
Mato Grosso do Sul	66.794	64.305	58.854	5.451	2.489	2.488	0	1
Mato Grosso	81.922	79.114	72.477	6.637	2.808	2.808	0	0
Goiás	225.634	220.791	199.806	20.985	4.843	4.843	0	0
Distrito Federal	675.726	669.319	642.933	26.386	6.407	6.404	0	3
UF não Identificada	50	50	50	0	0	0	0	0

Fonte: Sistema de Informações de Beneficiários – ANS/MS – fev/15

Atendimentos realizados

Quantidade de eventos na assistência médica¹ das associadas da FenaSaúde por modalidade ▼

Eventos	Medicina de grupo	Seguradora especializada em saúde	Odontologia de grupo	Total
Consultas médicas	40.738.129	35.606.377	-	76.344.506
Outros atendimentos ambulatoriais	23.725.169	25.900.304	-	49.625.473
Exames complementares	91.652.757	128.224.519	-	219.877.276
Terapias	8.032.288	6.929.199	-	14.961.487
Internações	988.138	1.073.604	-	2.061.742
Procedimentos odontológicos	17.731.972	2.396.735	41.063.948	61.192.655

Fonte: Sistema de Informações de Produtos – ANS/MS – set/14 (Competência – 2013).

Taxas de RNM, TC e consultas – Brasil e países selecionados OCDE ▼

País	RNM por 1.000 hb.	TC por 1.000 hab.	Consultas <i>per capita</i>
Brasil			
Sistema Público (SUS) ¹ (2013)	5,1	20,9	3,5 (2012)
Saúde Suplementar (2013)	102,5	107,0	5,6
FenaSaúde ² (2013)	147,8	150,4	5,5
Média OCDE ³	50,6	125,5	6,7
Alemanha (2009)	95,2	117,1	9,7 (2012)
Austrália (2013)	27,6	109,8	7,1
Canadá (2012)	53,7	129,3	7,9 (2013)
Estados Unidos (2013)	106,8	240,2	4,0 (2010)
França (2012)	82,0	172,1	6,7
Reino Unido (2010)	41,4	75,7	5,0 (2009)

Fontes: Sistema de Informações Ambulatoriais do SUS – SIA/SUS/MS – Datasus – Extraído em 21/10/14. Caderno de Informação da Saúde Suplementar – setembro 2014. IBGE – Projeção da população do Brasil por sexo e idade para o período 2000-2060. Sistema de informação de produtos SIP/ANS/MS – Extraído em 17/9/14. Sistema de informação de beneficiários -SIB/ANS/MS – Tabnet – Extraído em 21/10/14. Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) Health Data – Junho 2014. Notas: ¹Não inclui a população beneficiária da saúde suplementar. ²Os valores apurados para o Brasil nesta edição são diferentes daqueles apresentados na 4^a edição em razão da atualização do número de beneficiários realizada pela ANS e da nova projeção da população do IBGE.





Segmento de Capitalização

Ao longo de 2014, as economias guardadas pelos clientes somaram quase R\$ 30 bilhões, avanço de 11,6% em relação ao ano anterior.

O ESTÍMULO À FORMAÇÃO de poupança é uma característica intrínseca dos títulos de capitalização. O mecanismo da carência, associado ao aspecto lúdico dos sorteios, tem contribuído de maneira expressiva para que milhares de famílias brasileiras consigam planejar e organizar o orçamento doméstico. É o que evidencia o crescimento do volume das reservas técnicas – montante relativo aos depósitos efetuados por clientes de títulos de capitalização e que são devolvidos sob forma de resgates ao fim dos planos. Ao longo de 2014, as economias guardadas pelos clientes

somaram quase R\$ 30 bilhões, avanço de 11,6% em relação ao ano anterior.

Em tempos de oscilação da atividade econômica, esse comportamento ganha ainda mais relevância, pois o hábito de guardar dinheiro protege conquistas, auxilia em momentos de emergência financeira e, em última análise, evita a elevação do índice de endividamento da população. Em outra frente, a ampliação das reservas também tem impacto muito positivo do ponto de vista macroeconômico, pois esses recursos compõem

a chamada poupança interna, indicador que sinaliza, por sua vez, a capacidade de investimento de um país e suas perspectivas de crescimento.

Nesse contexto, a indústria de Capitalização se consolida como um importante agente para o desenvolvimento, seja sob a ótica dos benefícios que traz para o consumidor, seja pela capacidade de alavancar outros segmentos econômicos.

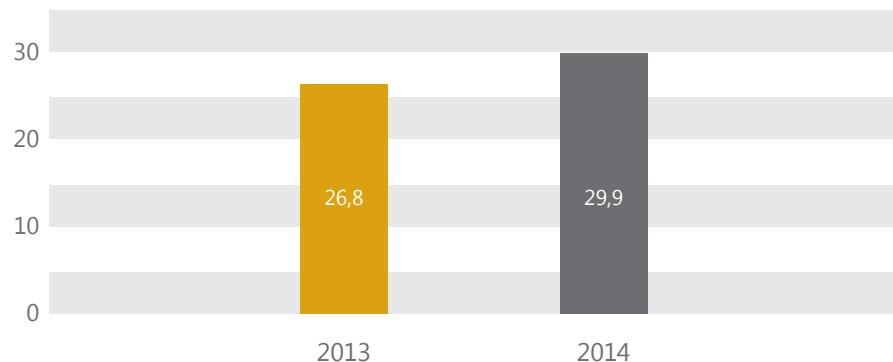
Daí os esforços que o setor, como um todo, vem empenhando para promover a educação financeira, em linha com a agenda social e econômica brasileira. Essas iniciativas abrangem

ações para ampliação do conhecimento sobre finanças pessoais e o incentivo à formação de uma cultura de poupança de longo prazo, e se dirigem tanto ao público jovem quanto à parcela adulta da população.

Como parte desses esforços, as Sociedades de Capitalização têm buscado dar cada vez mais transparência aos aspectos que envolvem os contratos de Capitalização, na tentativa de atender os anseios dos consumidores e oferecer produtos que tornem ainda mais simples iniciar a formação de um patrimônio. Esse é um compromisso de todas as empresas associadas à FenaCap.

Reservas ▼

em R\$ bilhões

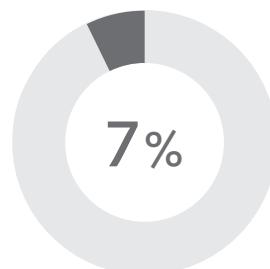
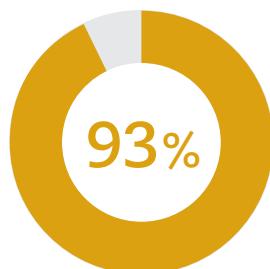


Sorteios e Resgates

Ao longo de 2014, foram resgatados 15 bilhões de títulos de capitalização, que totalizaram R\$ 15,2 bilhões. Em sorteios, foram 192 mil títulos, que representaram R\$ 1,1 bilhão pagos em premiações.

Retorno à Sociedade ▼

Títulos resgatados



Títulos sorteados

Projeto Gráfico



Bethe B • comunicação

Coordenação e execução



Coordenação Editorial: Ângela Cunha

Texto: Vânia Mezzonato

Edição e revisão: Cláudia Mara Alcon dos Santos e

Ana Luiza de Souza Costa

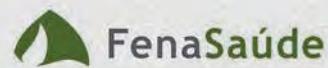
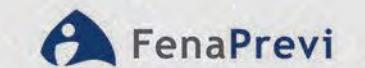
Colaboração: Luis Gustavo Tintel

Rio de Janeiro Rua Senador Dantas, 74 - 13º andar | Centro | CEP 20031-205 | Tel 21 2510 7777

Brasília SCN quadra 1, bloco C, sala 1608 - Edifício Brasília Trade Center | CEP 70711-902 | Tel 61 3326 4399 ou 3328 2838

www.cnseg.org.br

Federações filiadas à CNseg





Bethe B. com



CNseg

Confederação Nacional das Empresas
de Seguros Gerais, Previdência Privada e Vida,
Saúde Suplementar e Capitalização

www.cnseg.org.br