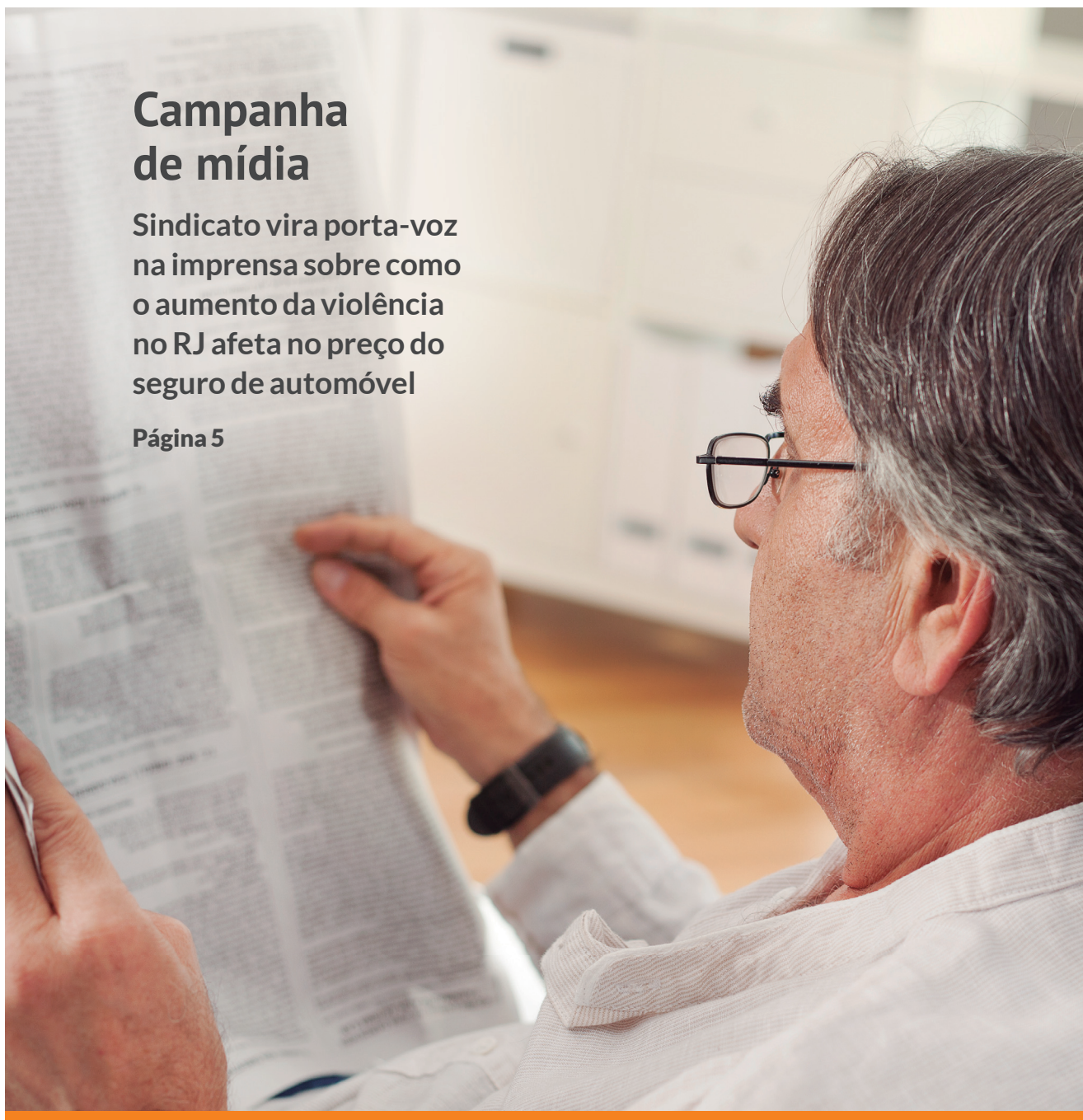


## Campanha de mídia

Sindicato vira porta-voz  
na imprensa sobre como  
o aumento da violência  
no RJ afeta no preço do  
seguro de automóvel

Página 5



### página 3

Entrevista com o vice-presidente mundial da AIDA sobre o Seguro D&O

### página 6

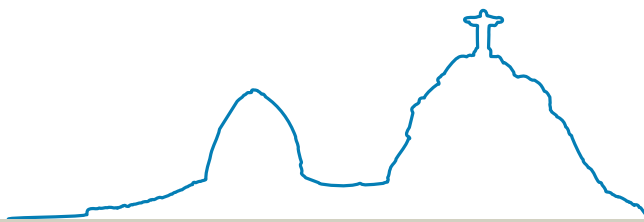
Ataques de hackers aumentam procura por proteção para riscos cibernéticos

### página 7

Facebook do Sindicato conquista mais de dois mil seguidores

# Editorial

Roberto Santos, presidente do Sindicato



Caro leitor!

Com a escalada nas ocorrências de roubo e furto de automóveis no Rio de Janeiro, o Sindicato das Seguradoras do RJ/ES resolveu assumir a posição de porta-voz na mídia das consequências dessa situação para a população e o mercado

de seguros. Foi feito um planejamento de três meses com ações como encontros de relacionamento com os jornalistas dos veículos de interesse para a mensagem, publieditorial sobre a situação do Pátio Legal e a campanha Mitos e Verdades na página do Facebook do sindicato. Os resultados vieram mais rápido do que o esperado e a entidade foi destaque nas tvs Globo, Bandeirantes e Bandnews, na rádio Bandnews FM e nos jornais O Globo, Extra, O Dia e Metro. Com essa ação, o sindicato torna-se referência para os jornalistas na discussão do mercado de seguros no Rio de Janeiro. Além disso, a campanha no Facebook trouxe novos seguidores para a página e aproximou o público geral da cultura do seguro, explicando de maneira didática e lúdica as principais mensagens do sindicato.

Falando em Facebook, esta edição do Informe também traz matéria sobre os resultados do primeiro ano de atuação mais efetiva na rede social e quais são

os planos para o futuro. Foram mais de 200 posts desde junho de 2016 e a página conquistou mais de dois mil seguidores nesse período. A atuação em 2017 será guiada pelo conceito #seguropravocê, a aproximação mais direta e espontânea do tema seguro com a sociedade. A campanha vai explicar os porquês de ter um seguro, com linguagem mais próxima do seu público, sem deixar de lado a responsabilidade da instituição.

Ainda nessa edição, falamos melhor sobre duas modalidades de seguro que ainda são um pouco desconhecidas, mas crescem a cada dia: o seguro para riscos cibernéticos e o seguro D&O. O vice-presidente mundial da AIDA, Sergio Barroso de Mello, dá entrevista sobre o surgimento do seguro D&O, quem pode contratá-lo, principais coberturas e quais são as perspectivas do mercado de seguros para o futuro desse tipo de apólice. A procura pelo seguro de riscos cibernéticos aumentou no Brasil após um ataque mundial que afetou mais de 150 países em maio deste ano. Ainda pouco difundido no país, esse seguro é um dos produtos que mais crescem no mundo. Estima-se que o mercado de seguros cibernéticos gere entre U\$ 3 bilhões a U\$ 4 bilhões de receita anualmente.

O Clube dos Corretores de Seguros do Rio de Janeiro (CCS-RJ) realiza um almoço mensal e fui convidado na edição de abril do evento para uma conversa sobre a atual conjuntura da segurança pública no Estado e seus impactos no seguro de automóvel.

## Expediente

**Presidente:** Roberto de Souza Santos (Porto Seguro)

**Vice-Presidentes:** Marcelo Mancini Peixoto (Prudential); Luiz Carlos Ferreira Gomes (Bradesco); Solange Zaquem Thompson Motta (SulAmérica); Lúcio Antônio Marques (Sabemi)

**Diretores/Conselheiros Fiscais:** André Lewkovitch (Liberty); Andrea Louise Ruano Ribeiro (Seguradora Líder- DPVAT); Antonio Carlos da Costa (HDI); Eduardo Fazio de Arcippo Lima (Sompo); Fabiano Rodrigo Mariscal Rossetto (Generali); Jose Carlos Gomes Mota (Mongeral Aegon); Marcos Antonio da Silva Ferreira (Mapfre); Otacílio Pedrinha de Azevedo (Banestes); Ronaldo Marques dos Santos (Icatu); Sergio Carvalhaes de Brito (Tokio Marine)

**Representante da FUNENSEG:**  
Renato Campos Martins Filho

**Diretor Executivo:** Ronaldo M. Vilela

**Produção:** FSB Comunicação  
**Coordenação:** Fernando Santana e Viviane Moura  
**Redação e Edição:** Helena Soares  
**Projeto Gráfico:** Thalita Teglas  
**Diagramação:** Aline Lima

Rua Senador Dantas, 74 / 17º andar  
Centro - RJ | CEP 20031-205  
Tel. 2240.9008  
[www.sindicatodasseguradorasrj.org.br](http://www.sindicatodasseguradorasrj.org.br)  
[www.facebook.com/sindsegrjes/](http://www.facebook.com/sindsegrjes/)



## “O setor de seguros tem atuado no segmento de D&O pela crescente demanda deste tipo de cobertura”

Crédito: Divulgação



O seguro de Responsabilidade Civil na modalidade D&O (Diretores e Gerentes na sigla em inglês) ainda é pouco conhecido, mas sua procura tem aumentado no país. A Superintendência de Seguros Privados (SUSEP) regulamentou o Seguro D&O e as novas regras passaram a valer em 1º de junho deste ano. Com a nova regulamentação, se tornou obrigatória a oferta de cobertura básica de danos causados pelos administradores no exercício de suas funções, sendo opcionais as coberturas de custo de defesa e multas e penalidades. Sergio Barroso de Mello, vice-presidente mundial da Associação Internacional de Direito de Seguro (AIDA), explicou a história dessa modalidade de seguro no país e quais as suas perspectivas para o futuro.

### Quando surgiu o seguro D&O e o que é?

Surgiu nos Estados Unidos, há alguns anos. É contratado por uma pessoa jurídica (tomador) em benefício de pessoas físicas que nela, e/ou em suas subsidiárias, e/ou em suas

coligadas, exerçam, e/ou passem a exercer, e/ou tenham exercido, cargos de administração ou de gestão e executivos, em decorrência de nomeação, eleição ou contrato de trabalho (segurados), ou pela própria pessoa física.

### Quais são as principais coberturas abrangidas pelas apólices?

A sociedade seguradora garante aos segurados o reembolso das indenizações que forem obrigados a pagar, a título de reparação, por sentença judicial transitada em julgado, ou em decorrência de juízo arbitral, ou por acordo com os terceiros prejudicados. A garantia poderá abranger os custos de defesa e os honorários dos advogados dos segurados, cobertura de multas e penalidades cíveis e administrativas impostas aos segurados quando no exercício de suas funções no tomador.

### Essa modalidade de seguro se desenvolveu no país sem contar com uma regulamentação específica até 2016, quando foi regulamentada pela SUSEP. Como se deu o amadurecimento do D&O no mercado brasileiro?

O setor de seguros tem atuado fortemente nesse segmento pela crescente demanda deste tipo de cobertura. Cada vez mais os segurados se dão conta da necessidade de contratação do D&O para garantir os executivos em sua tarefa diária diante dos desafios empresariais. Qualquer erro hoje em dia é imperdoável e, certamente, a empresa e seus acionistas procurarão se ressarcir do executivo responsável pelo dano causado.

### Qual a influência que operações da Polícia Federal, como a Lava Jato, têm sobre o mercado dessa modalidade de seguro? Os empre-

### sários investigados nessas operações podem usufruir da cobertura?

A influência foi grande porque a maioria das empresas envolvidas possuía cobertura de D&O para seus executivos e utilizaram, especialmente, a relativa aos custos de defesa. É bom lembrar que essa cobertura, todavia, cessa quando o segurado realiza acordo de delação premiada, porque confessa a má-fé, antítese da necessária boa-fé a fazer válido o contrato de seguro.

### Qual sua perspectiva para o futuro do seguro D&O no mercado brasileiro?

A perspectiva é excelente. O grande esforço coletivo com a sensibilidade da SUSEP, que percebeu a necessidade de imediata alteração da norma, e a soma de esforços das entidades representativas do setor (Fenseg e Fenaber), ABGR, OAB/SP e a AIDA Brasil levou à solução adequada. O objetivo será alcançado com o estabelecimento de diretrizes modernas e objetivas a esse tipo de seguro, resultando, certamente, no crescimento ainda mais consistente nos próximos tempos.

### COBERTURAS NORMALMENTE INSERIDAS NAS APÓLICES DE D&O:

- Indisponibilidade de bens e penhora on-line
- Responsabilidade por erros e omissões
- Pagamento dos custos de defesa
- Responsabilidades estatutárias (trabalhista, tributária e previdenciária)
- Riscos regulatórios (inquérito, processos administrativos e investigações)
- Multas e penalidades civis
- Danos morais e corporais



## Plano de Comunicação Sindicato na Imprensa



### Sindicato se posiciona sobre aumento do seguro de automóvel

O aumento significativo das ocorrências de roubo e furto de veículos no Estado do Rio de Janeiro levou o sindicato a iniciar, em abril, um plano de comunicação para posicionar sua mensagem na imprensa. O objetivo principal é tornar o sindicato protagonista na discussão do aumento do custo dos seguros de carro atrelado aos índices de violência. A ação também busca sensibilizar as autoridades de Segurança Pública para a questão, colocando o sindicato à disposição na elaboração de soluções.

A mensagem-chave de toda campanha é a de que a população é afetada pelo aumento da violência, mas as seguradoras também. O diretor-executivo do sindicato, Ronaldo M. Vilela, aponta que a finalidade é conscientizar e alterar a percepção

da sociedade sobre a atuação das empresas do setor. “As seguradoras não gostam de aumentar preços, pois a consequência é a diminuição do número de segurados”, explicou.

As principais ações propostas foram: encontros de relacionamento com jornalistas estratégicos de veículos como TV Bandeirantes, jornal O Globo e rádio CBN; publicação de artigo em jornal e regionalização em veículos da Baixada Fluminense; e campanha estratégica no perfil do Facebook.

Os encontros de relacionamento tiveram pauta focada nos três principais assuntos da mensagem-chave, que são o aumento do preço dos seguros, o Pátio Legal e os seguros piratas – proteção veicular. O artigo para o jornal trata da história do Pátio Legal e os desafios atuais

de operação por conta do aumento da violência e a diminuição do efetivo da Delegacia de Roubos e Furtos no local.

O plano de comunicação gerou resultados, tornando o sindicato fonte de informação para a imprensa no setor. Foram publicadas matérias nos jornais O Globo, O Dia, Extra e Metro e veiculadas reportagens nas tvs Globo, Bandeirantes e Bandnews, além da rádio Bandnews FM. Confira na próxima página uma linha do tempo com as publicações.

#### AÇÃO DE OPORTUNIDADE: CRISE NO PÁTIO LEGAL

A crise do Pátio Legal, que deixou de receber veículos por dez dias, a partir de 23 de abril, por conta da superlotação, foi o pontapé inicial para colocar o plano de comunicação em prática. Uma ação estratégica foi definida para a ocasião e o sindicato conseguiu destaque no RJTV 2ª Edição e no Bom Dia Rio, noticiários da TV Globo. A coluna do Ancelmo Gois (Jornal O Globo) também repercutiu o assunto.

Para reforçar a tentativa de melhorar o diálogo com os órgãos de segurança e prestar contas à sociedade da qualidade dos serviços prestados no Pátio Legal, foi divulgado um publeditorial no Jornal O Globo. O texto apresenta os resultados que o programa atingiu desde 2005 e faz um alerta para a situação atual de operação, colocando o sindicato à disposição na busca por soluções.

# Resultados do plano de comunicação

• 26/04  
Coluna do Ancelmo  
RJTV 2ª Edição

• 27/04  
Bom Dia Rio  
(entrevista ao vivo)

• 11/05  
Bom Dia Rio

• 13/05  
Publieditorial  
O Globo

• 15/05  
Encontro de Relacionamento  
com Rodolfo Schneider,  
diretor de jornalismo do  
Grupo Bandeirantes Rio

• 17/05  
Rádio  
Bandnews Rio  
1ª Edição

• 18/05  
Rádio Bandnews  
Rio (internet)  
Jornal Metro

• 19/05  
Rádio Bandnews  
Rio 1ª Edição  
Jornal do Rio  
(Band)

• 20/05  
Jornal O Dia

• 22/05  
Jornal Extra

• 26/06  
Encontro de Relacionamento  
com Fernando Molica, âncora  
do jornal matinal CBN Rio

• 12/06  
Encontro de Relacionamento  
com Luciana Casemiro, editora  
da coluna de Defesa do  
Consumidor do jornal O Globo

• 27/06  
Entrevista de Roberto Santos  
para o jornalista Fernando  
Molica no programa CBN Rio  
(10 minutos).



## Ataques de hackers aumentam procura e interesse por seguro cibernético

Crédito: Divulgação



No dia 12 de maio de 2017, um ataque mundial atingiu 300 mil computadores em 150 países através de um malware (software que se infiltra de forma ilícita) que cobrava o pagamento de um resgate em bitcoins (moeda eletrônica). Pelo menos 220 companhias brasileiras foram atingidas pela ação, o que aumentou a procura pelo seguro cibernético em 109%, na comparação de maio deste ano com o mesmo mês em 2016.

Os ciberataques são um perigo real à economia. Em 2016, o Brasil teria sofrido 64.2 mil tentativas de invasão por dia, patamar quase três vezes maior em relação ao ano anterior. Apesar de ser um dos países mais visados no que diz respeito à violação de dados, a demanda pelo seguro ainda é baixa se comparada com mercados mais maduros, como EUA e Europa. A previsão é que o número cresça em 2017, com o aumento da conscientiza-

ção sobre o tamanho e os impactos do risco cibernético.

É um risco ao qual todos estão expostos, da grande empresa ao simples cidadão. Em termos globais, o seguro existe desde o final dos anos 1990, quando foi criado devido a preocupação do “bug do milênio”. O produto chegou ao Brasil apenas em 2012, com o lançamento do CyberEdge pela AIG. Gerente de Linhas Financeiras da seguradora, Flávio Sá fala um pouco sobre quem pode contratar o seguro. “Empresas de qualquer setor ou tamanho, inclusive as PMEs. É necessário que a empresa possua procedimentos de gerenciamento de risco como, por exemplo, antivírus e firewall”.

Estima-se que o mercado de seguros cibernéticos gere mundialmente entre U\$ 3 bilhões e U\$ 4 bilhões de receita por ano. É um dos produtos que mais crescem no mundo, já que os riscos podem gerar perdas estimadas de U\$ 90

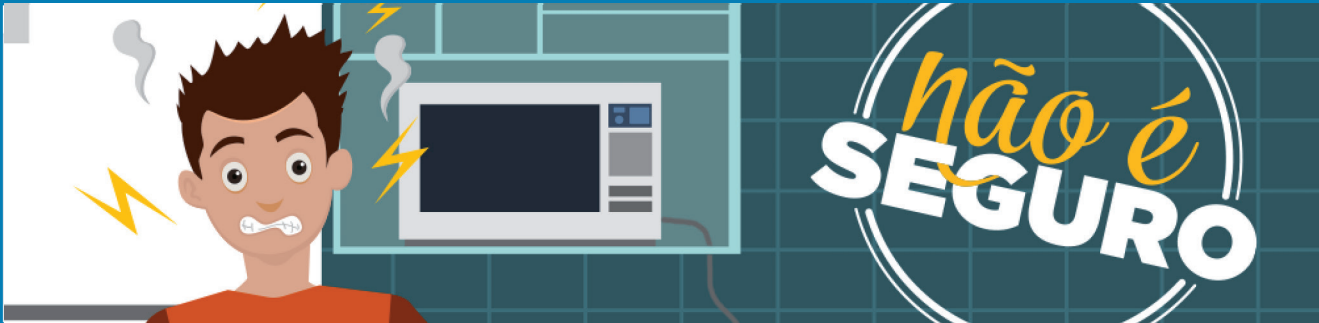
bilhões em todo o planeta. No Brasil, o seguro cibernético deve crescer de 10% a 15% até 2018, impulsionado pelos recentes ataques e pela entrada de novas seguradoras na comercialização desse tipo de apólice.

Do ponto de vista da apólice, o seguro cobre reclamação de terceiros por perdas sofridas como resultado de um “cyber evento” e também prejuízos do próprio segurado, mediante casos específicos. A cobertura do seguro aplica-se aos custos diretos para responder a uma falha de violação de privacidade ou segurança, o que pode incluir custos de notificação, relações públicas para atenuar os danos à reputação da empresa, investigações forenses, consultas jurídicas e monitoramento de crédito ou identidade para os que tiveram seus dados violados. A cobertura inclui ainda o reembolso por perda de receitas (Lucros Cessantes) e despesas operacionais de uma interrupção de rede.

Já a cobertura a terceiros ampara os custos de defesa e prejuízos financeiros em reclamações contra a empresa, além de arcar com os custos de defesa em processos administrativos de órgãos reguladores. Flávio Sá explica que os riscos existem em variadas formas e podem ser internos ou externos. “As ameaças internas, por exemplo, podem ser oriundas de atos dolosos e/ou negligentes de funcionários. Já as externas são baseadas em ações de terceiros que tentam invadir sistemas para obter informações ou paralisar as operações das empresas”.



## Facebook do sindicato conquista mais de dois mil seguidores



Há cerca de um ano, em junho de 2016, a Fanpage do Sindicato das Seguradoras do RJ/ES ganhou vida nova, com o início de um trabalho contínuo na rede. Desde então, foram mais de 200 postagens, atingindo a marca de 2.500 seguidores, com o objetivo de disseminar a chamada cultura do seguro e consolidar a parte institucional.

A comunicação na rede é feita com uma linguagem que busca aproximação cada vez maior do público e é relevante para a mensagem que a instituição deseja amplificar. “O sindicato considera essencial comunicar à população a importância de se fazer seguro e entender o que é estar seguro”, apontou o diretor-executivo da instituição, Ronaldo M. Vilela.

A atuação em 2017 na Fanpage será guiada por um conceito que é o alicerce para desenvolver a cultura do seguro: o #seguropra-você. O conceito é a aproximação mais direta e espontânea do tema seguro com a sociedade, passando a mensagem de que o seguro é o produto que foi feito para dar segurança a você (consumidor)! A

campanha vai explicar os porquês de a população ter um seguro, com uma linguagem mais próxima do seu entendimento, sem deixar de lado a seriedade da instituição.

### Campanha Mitos e Verdades

O plano de comunicação com objetivo de tornar o sindicato protagonista na discussão do aumento do preço

do seguro de automóvel atrelado aos índices de violência também contemplou a página do Facebook. Foi elaborada a campanha “Mitos e Verdades”, que explica de forma lúdica e simples algumas informações equivocadas sobre o mercado de seguros. A série teve cinco posts patrocinados, que alcançaram até 10 mil pessoas cada, com cerca de duas mil reações por postagem.





Mercado

## Encontro no Clube dos Corretores de Seguros

### Presidente do sindicato é convidado especial do Clube dos Corretores de Seguros

Crédito: Divulgação



Da esquerda para a direita: Ronaldo Mendonça Vilela, diretor-executivo do sindicato, Jayme Torres, presidente do CCSRJ, Fátima Monteiro, corretora de seguros, Roberto de Souza Santos, presidente do sindicato.

Um dos recentes almoços mensais dos associados do Clube dos Corretores de Seguros do Rio de Janeiro (CCS-RJ) contou com a presença do presidente do sindicato, Roberto Santos. Ele foi convidado para uma conversa sobre a atual conjuntura da segurança pública no estado e seus impactos no seguro de automóvel.

O presidente expôs como o aumento da violência no Estado interfere diretamente no valor do seguro. “A frequência do roubo está em torno de 8% ao ano, em algumas regiões, ou seja, a cada 100 carros segurados, oito são roubados. Isso aumenta a sinistralidade e, por consequência, o preço do seguro”, explicou.

Santos alertou ainda os corretores sobre a dificuldade enfrentada no diálogo com órgãos com os quais o sindicato mantém parceria, como a secretaria de Segurança e a Polícia Civil. O motivo alegado é a crise econômica e a consequente redução no número de servidores. Uma das frentes em que o sindicato apoia a Polícia, e vem sendo prejudicada por indefinições de ordem legal, é o combate aos desmanches ilegais de veículos.

Outra preocupação é o sucateamento dos sistemas de TI do projeto Delegacia Legal que interligam, entre outros, os registros de roubos e furtos de todas as delegacias do Estado, inclusive a órgãos como Detran e Denatran. O presidente do Clube dos Corretores de Seguros, Jayme Torres, frisou a importância das ações lideradas pelo sindicato.



Notícias do ES

## Ações em Vitória

### Diretoria do sindicato vai ao Espírito Santo para acompanhar projetos

O presidente do Sindicato das Seguradoras do RJ/ES, Roberto Santos, e o diretor-executivo, Ronaldo M. Vilela, estiveram no mês de abril em Vitória, no Espírito Santo, para

acompanhar o andamento de projetos e ações realizadas no estado. Os diretores do sindicato se reuniram com os gerentes das seguradoras que atuam no Espírito Santo para

apresentar as atividades da entidade naquele estado, além de debater questões relevantes para o setor. Esses encontros são realizados três vezes por ano.