

REVISTA **DE** SEGUROS

ÓRGÃO DE DIVULGAÇÃO DO MERCADO SEGURADOR

ANO 88 Nº884 JANEIRO/ FEVEREIRO/ MARÇO DE 2013



A construção de uma nova CNseg

Nos últimos três anos a Confederação das Seguradoras passou por profundas transformações, refletidas em mais proatividade, modernidade e sustentabilidade

Marco Antonio Rossi, novo presidente da CNseg, eleito para o mandato 2013-2016, toma posse em Brasília, no dia 7 de maio

Já pensou em fazer mestrado em Londres?

E com todas as despesas pagas?



Cass Business School
CITY UNIVERSITY LONDON

A Escola Superior Nacional de Seguros oferece bolsas de estudo para o Mestrado em Ciências Atuariais e Mestrado Gestão Atuarial, na *Cass Business School - City University*, em Londres.

Além de cobrir o valor integral do mestrado, a Escola também fornece ajuda de custo mensal de £1,000, durante os 13 meses do curso e passagem aérea de ida e volta para a Inglaterra.



ESCOLA SUPERIOR
NACIONAL DE SEGUROS

FUNENSEG

INFORMAÇÕES: www.funenseg.org.br
parcerias@esns.org.br





<p>5</p>	<p>Entrevista/Jorge Hilário O presidente da CNseg fala sobre as ações do mercado para se aproximar do consumidor; defende as vendas online e a transformação da Susep em agência reguladora.</p>		<p>32</p>	<p>Automóveis A Central de Serviços e Proteção ao Seguro da CNseg criou um índice para refletir a violência no trânsito, com ranking dos carros mais roubados em vias brasileiras.</p>	
<p>8</p>	<p>Capa/Gestão Transformadora Um balanço dos desafios e das conquistas da gestão de Jorge Hilário, que alçaram a atuação da CNseg à altura das demandas atuais da indústria brasileira de seguros.</p>		<p>34</p>	<p>Evento FenaPrevi Osvaldo do Nascimento tomou posse como novo presidente da Federação durante encontro nacional, em Salvador, que apontou os desafios do setor para os próximos anos.</p>	
<p>10</p>	<p>Capa/Entrevista Responsável pela implementação dos projetos e ações desenvolvidas nos últimos anos, Solange Beatriz diz que o mercado de seguros tem compromisso com a modernidade.</p>		<p>38</p>	<p>Longevidade Representando 14% da população adulta do Brasil, a terceira idade desperta a atenção do mercado segurador que prepara coberturas sob medida para este público.</p>	
<p>25</p>	<p>Eleições Marco Antonio Rossi é o novo presidente da CNseg e seu mandato vai até o ano de 2016. No dia da eleição, foi inaugurado o novo escritório em Brasília.</p>		<p>42</p>	<p>Solvência O CNSP aprovou, em janeiro, um conjunto de resoluções propostas pela Susep, que complementam a regulação de capitais para o mercado brasileiro de seguros.</p>	
<p>29</p>	<p>Escola Nacional de Seguros ENS oferece bolsas de estudo na área atuarial para mestrado em universidade de Londres e prepara lançamento de MBA em Gestão de Riscos Atuariais e Financeiros.</p>		<p>46</p>	<p>Sustentabilidade Executivos do setor participam de Seminário Executivo do Programa de Liderança em Sustentabilidade, da Universidade de Cambridge, em encontro gratuito no Brasil.</p>	

E Mais... 4 – Editorial; 30 – Resseguros; 37 – Biblioteca; 41 – Associação de Genebra; 44 – Ouvidorias; 48 – Ciclo de Palestras e 50 – Opinião



PRESIDENTE

Jorge Hilário Gouvêa Vieira

1º VICE-PRESIDENTE

Patrick Antônio Claude de Larragoiti Lucas

VICE-PRESIDENTES NATOS

Jayme Brasil Garfinkel,
Marcio Serôa de Araujo Coriolano,
Marco Antonio Rossi

VICE-PRESIDENTE

Nilton Molina

DIRETORES

Alexandre Malucelli,
Antonio Eduardo Marquez de Figueiredo Trindade,
Luis Emilio Maurette,
Mário José Gonzaga Petrelli,
Paulo Miguel Marraccini,
Pedro Cláudio de Medeiros B. Bulcão e
Pedro Pereira de Freitas

CONVIDADOS

Luiz Tavares Pereira Filho e
Renato Campos Martins Filho

CONSELHO FISCAL

Efetivos

Haydewaldo Roberto Chamberlain da Costa

Laênio Pereira dos Santos
Lúcio Antonio Marques

Suplentes

José Maria Souza Teixeira Costa e Luiz Sadao Shibutani

CONSELHO SUPERIOR

PRESIDENTE

Jorge Hilário Gouvêa Vieira

CONSELHEIROS

Acacio Rosa de Queiroz Filho, Carlos dos Santos, Francisco Caiuby Vidigal, Jayme Brasil Garfinkel, Jorge Estácio da Silva, José Castro Araujo Rudge, José Roberto Marmo Loureiro, Luis Emilio Maurette, Marcio Serôa de Araujo Coriolano, Marco Antonio Rossi, Mário José Gonzaga Petrelli, Nilton Molina, Patrick Antônio Claude de Larragoiti Lucas, Pedro Pereira de Freitas, Paulo Rogerio Caffarelli, Thierry Marc Claude Claudon e Wilson Toneto

CONSELHEIROS NOTÁVEIS

Alberto Osvaldo Continentino de Araujo Eduardo Baptista Vianna, João Elísio Ferraz de Campos e José Américo Peón de Sá

CONSELHEIROS – SINDICATOS

João Gilberto Possiede e Júlio César Rosa

REVISTA DE SEGUROS

Órgão de divulgação do mercado segurador PUBLICAÇÃO INTEGRANTE DO CONVÊNIO DE IMPRENSADO MERCOSUL – COPREME.

Em conjunto com SIDEMA (Serviço Informativo do Mercado Segurador da República Argentina), EL PRODUCTOR (Publicação da Associação de Agentes e Produtores de Seguro da República Oriental do Uruguai) e Jornal dos Seguros (Publicação do Sindicato dos Corretores de Seguros e de Capitalização do Estado de São Paulo).

CONSELHO EDITORIAL

Ângela Cunha, Luiz Peregrino Fernandes Vieira da Cunha, José Cechin, José Ismar Alves Tôres, Neival Rodrigues Freitas, Solange Beatriz Palheiro Mendes

Editora-chefe:

Ângela Cunha (MTB/RJ12.555)

Coordenação Editorial:

VIA TEXTO AG. DE COMUNICAÇÃO viatexto@viatexto.com.br 21 - 2262.5215

Jornalista Responsável:

Vania Mezzonato – MTB 14.850

Assistente de produção:

Marcelo Mezzonato

Colaboradores: Bianca Rocha, Claudio Souza, Denise Bueno, Jorge Clapp, Larissa Moraes, Márcia Alves, Maria Luisa Barros, Rose Scherer, Sônia Araripe, Suzana Liskauskas, Vania Mezzonato

Fotografia: André Durão, Antranik Fotos, FreePik, Gabriel Carnelutti, Gabriel Heusi, Marcelo Bravo, Miguel Costa, Paulo Rodrigues, Pedro Mena, Rosane Bikierman, Shutterstock, Simone Nobre

Projeto Gráfico: Maraca Design

REDAÇÃO E CORRESPONDÊNCIA:

Gerência de Comunicação Social – CNseg

Adriana Beltrão, Claudia Mara e Vagner Ricardo.

Rua Senador Dantas, 74/12º andar, Centro

- Rio de Janeiro, RJ – CEP 20031-201

Telex: (021) 34505-DFNES

Fax: (21) 2510.7839

Tel.: (21) 2510.7777

www.viverseguro.org.br

E-mail: cnseg@cnseg.org.br

Escritório CNseg/Brasília – SCN/

Quadra1/Bloco C – Ed. Brasília – Trade

Center – sala 1607

Gráfica: Walprint

Distribuição: Serviços Gerais/CNseg

Periodicidade: Trimestral

Circulação: 7 mil exemplares

As matérias e artigos assinados são de responsabilidade dos autores. As matérias publicadas nesta edição podem ser reproduzidas desde que identificadas a fonte.

Distribuição Gratuita

Um mercado em transformação

Não é exagero afirmar que o mercado segurador brasileiro vivencia um momento especial, pontuado por elevados níveis de expansão em todos os segmentos e por oportunidades diversas. A esta fase inédita na história do setor somam-se os esforços empreendidos nos últimos anos pela diretoria da CNseg, para que a entidade possa manter-se à altura das demandas atuais da indústria de seguros.

Na administração de Jorge Hilário Gouvêa Vieira, a Confederação ganhou status de entidade moderna, proativa, comprometida com o fortalecimento do setor perante a sociedade brasileira e alinhada às práticas mundiais de sustentabilidade. E também jogou luzes sobre a importância do consumidor para o bom desempenho do mercado.

Não por acaso. A expansão do mercado de seguros reflete o aumento do poder de compra da população brasileira, principalmente daquelas pessoas que, depois de um primeiro momento de ascensão social, querem agora preservar o patrimônio recém-conquistado e proteger suas famílias.

Esses brasileiros transformaram-se em protagonistas da economia nacional e representam hoje a mola propulsora do setor de seguros no País, ao lado de outros personagens não menos importantes.

Entre eles, encontra-se o público da terceira idade que representa 14% da população adulta do País – cerca de 15 milhões de pessoas. Este é um cenário que traz novos desafios para o setor de seguros, pois lhe impinge a responsabilidade de prover produtos e serviços adequados a este público, como o VGBL Saúde – produto de previdência exclusivo para gastos com despesas médicas na velhice.

E se o mercado caminha no sentido de ampliar o número de consumidores, oferecer produtos mais diversificados e aumentar sua geração de receita, passa a ter mais compromisso em se ajustar aos padrões contábeis internacionais e aos princípios do Solvência II, que favorecem sua inserção no mercado global e o torna mais atraente aos olhos dos investidores.

Na esteira desta adequação, o mercado avançou mais um passo, em janeiro, com a aprovação pelo CNSP do conjunto de resoluções da Susep que completam a regulação dos requerimentos de capital. Na prática, as alterações colocam o Brasil em linha com as padronizações recomendadas pela Associação Internacional dos Supervisores de Seguros (IAIS) e as diretrizes do projeto Solvência II da União Europeia.

Esses e outros assuntos que integram a pauta de trabalho do mercado segurador brasileiro estão detalhados nas páginas a seguir, que recheiam esta edição especial da Revista de Seguros. Boa leitura!

ÂNGELA CUNHA
Editora

FOCO NO CONSUMIDOR

O debate sobre as relações do seguro com seus clientes pontuaram as discussões do seminário 'Direitos e Deveres do Consumidor de Seguros', realizado em Porto Alegre, em março, com a participação de advogados, seguradores, juristas e representantes dos órgãos de defesa do consumidor e do Ministério Público.

Uma das conclusões do encontro sugere que a sociedade tenha mais informações sobre o setor de seguros, para que o número de conflitos entre as empresas seguradoras e segurados seja reduzido. As ações devem incluir a promoção da educação financeira do consumidor.



“Queremos um marco regulatório moderno”

Após três anos no comando da maior entidade do mercado brasileiro de seguros, Jorge Hilário Gouvêa Vieira faz um balanço de sua gestão, marcada por uma profunda reestruturação interna baseada nas ações previstas na Carta de Itaipava. “Não houve nenhuma frustração. Estamos caminhando célere para alcançar os objetivos previstos”, avalia. Nesta entrevista exclusiva à Revista de Seguros, o presidente da CNseg fala sobre as transformações do mercado de seguros para chegar mais perto do seu público consumidor; defende a venda de produtos do seguro por meios remotos (internet e celular); e expõe os anseios do setor de ver a Susep transformada numa agência reguladora. “O que todos nós queremos é um marco regulatório, que o sistema de regulação do mercado segurador seja mais moderno e deixe no passado um resquício ainda da ditadura militar”.

Jorge Hilário ainda queixa-se do descaso dos políticos brasileiros para com o setor de seguros, apesar de sua importância para a formação de poupança interna, cuja contribuição chegou a 25% do PIB no ano passado. “A demora na nomeação do superintendente da Susep é um bom exemplo disso: foram mais de seis meses para que o Governo indicasse a pessoa que iria comandar a autarquia”.



ARQUIVO CNSEG

Entrevista Jorge Hilário Gouvêa Vieira

Por
VANIA
MEZZONATO

“Não há nada mais social do que a proteção à saúde, ao patrimônio e à vida das pessoas. As imperfeições prejudicam todo mundo, não só as seguradoras, mas também os consumidores em geral”

Revista de Seguros: *Qual a importância, para o mercado, da reestruturação da CNseg promovida ao longo dos últimos três anos?*

Jorge Hilário Gouvêa Vieira – Eu sentia uma distância grande entre o mercado e seu órgão de classe, a CNseg, o que não acontecia com a Fenaseg, sua antecessora, que tinha uma marca e um nome muito fortes. Quando a CNseg foi criada para agregar as federações associativas – FenSeg, FenaPrevi, FenaSaúde e FenaCap –, muitas empresas não faziam parte da Fenaseg e não eram ligadas aos sindicatos patronais de seguros. Isso mudou, a FenaPrevi, por exemplo, além de reunir as seguradoras de previdência, abarcou também as empresas abertas. Na FenaSaúde, estão as mais representativas operadoras de saúde do País, independentemente de serem ligadas ou não a empresas do mercado segurador. Isso fortaleceu a união das associações de mesmo interesse e preencheu a finalidade da CNseg, que é ter uma subdivisão dos assuntos por ramos, permitindo açambarcar mais empresas e com foco, por federação, muito mais definido.

Na organização interna houve muitas mudanças também...

✦ Sim, todas estas mudanças estão detalhadas na matéria de capa desta edição. Mas vale destacar também a criação da Diretoria Executiva; a nova estrutura de cargos e salários; a reforma estatutária e o Núcleo de Estudos, que é importante para a promoção de pesquisa e desenvolvimento do mercado segurador, que terá instrumentos para conhecer a experiência mundial de seguros e dar sugestões ao Governo para o fomento destas áreas.

Esse redesenho da CNseg já está maduro, já alcançou seus objetivos finais?

✦ Esta nova estrutura foi criada há cerca de cinco anos e nosso trabalho foi consolidar a função da CNseg, com mais ênfase na representação das federações nas comissões técnicas, que passaram a funcionar em harmonia. Antes, sempre que havia um assunto de interesse de todo o mercado, as federações passavam para a CNseg. Nestes três anos, ficou mais evidente

esta nova estrutura, com a profissionalização das comissões técnicas e mais autonomias das diretorias executivas. Ainda do ponto de vista desta reestruturação, a recuperação da posse de alguns andares do edifício das seguradoras vai trazer mais conforto e eficiência à CNseg. As obras já foram iniciadas e até o final do ano, todo o prédio deverá estar reformado. Os investimentos chegaram também ao novo escritório de Brasília, em salas de propriedade do IRB que foram adquiridas em leilão. As obras já foram concluídas e reinauguramos o espaço em 19 de março, dando mais condições de trabalho ao mercado, com salas de reuniões e auditórios para eventos e treinamentos.

E quanto às ações previstas na Carta de Itaipava, sua implementação foi bem-sucedida?

✦ Quando se faz uma projeção de como o mercado deverá se comportar, não é fixado um tempo de três anos, que é a duração do mandato do presidente da CNseg. O foco é o futuro. A Carta de Itaipava foi levada adiante, mas não se esgotou, porque seu objetivo era ser um guia para que pudéssemos nortear nosso trabalho durante esses anos. Mas foi de suma importância para que eu soubesse os passos que deveria dar e definisse os rumos a seguir. Não houve nenhuma frustração. Estamos caminhando célere para alcançar os objetivos previstos. Agora, se haverá necessidade ou não de se promover uma revisão do documento, isso fica por conta do meu sucessor.

Como o senhor avalia a aproximação do mercado com os consumidores nestes últimos anos?

✦ Apesar de ser acusado de conservador, o mercado de seguros tem se antecipado às exigências normativas. Eu sempre disse que mercado não precisava da Lei do Consumidor, que fez 21 anos de vigência no ano passado. O setor de seguros dá muita importância ao consumidor, e não é por altruísmo. Esse público tem que ser o foco do mercado, por que gera negócios e recursos. Sem consumidor, não haveria o seguro. Portanto, faz parte do nosso negócio pensar na melhor forma de atendê-lo – e é preciso ter humildade na relação com este público. Isso não quer dizer

que não tenhamos que ser rigorosos e exigentes na liquidação de um sinistro, pois, quando ela é bem feita, beneficia o consumidor em geral. Mas, se o mercado indeniza um consumidor com um valor acima do que a relação contratual estabelece, estará penalizando os demais, que também pagarão por isso. O seguro tem esta faceta muito peculiar. Essa é a beleza da nossa atividade: quando bem exercida, representa ganhos econômicos e sociais para todos – é a tal mutualidade. Não há nada mais social do que a proteção à saúde, ao patrimônio e à vida das pessoas. As imperfeições prejudicam todo mundo, não só as seguradoras, mas também os consumidores em geral.

Um dos esforços da CNseg tem sido o de melhorar a comunicação com o público, traduzindo os jargões do setor para uma linguagem mais simples. O consumidor hoje entende melhor as nuances de um contrato de seguros?

✦ A maior dificuldade que temos na relação de consumo – e estamos lutando para reverter isso – é estabelecer melhores práticas para que possamos ser mais bem compreendidos. O consumidor não conhece a nossa linguagem e nós é que temos que nos adaptar à linguagem dele. O problema é que muitas vezes o intermediário da cadeia de distribuição não consegue fazer esta interligação entre os dois lados.

A Susep estuda formas de possibilitar que produtos de outros segmentos do seguro, além dos microsseguros, possam ser vendidos por meio remotos. O senhor acha que esse será um caminho natural?

✦ Eu sou fã desta ideia, pois tudo se vende hoje pela internet, menos os produtos de seguros. Não vejo incompatibilidade com a atividade dos corretores e não entendo como esta força de venda possa continuar sendo ignorada por tanto tempo. Já deveria ter havido mais flexibilidade na venda por meios eletrônicos. Também já vem tarde a intenção da Susep de autorizar a digitalização dos documentos. Essa é uma velha demanda do mercado e só um pensamento anacrônico pode fazer com que gastemos tanto dinheiro com os impressos – é ruim para a economia das seguradoras, para o meio ambiente,

para tudo. Não sei a quem interessa manter isso. Existe ainda um grande resquício da ênfase, da ode à burocracia. Espero que o superintendente a enfrente com coragem, porque o custo que pagamos pela burocracia é muito alto.

Qual sua avaliação sobre a criação da agência reguladora do mercado de seguros, em substituição à Susep?

✦ O que todos nós queremos é um marco regulatório, que o sistema de regulação do mercado segurador seja mais moderno e deixe no passado um resquício ainda da ditadura militar. O marco atual é de 1966, daqui a pouco vai fazer 50 anos de vigência. Não é possível que a Susep continue a ser o mais anacrônico dos órgãos reguladores do País, pois todos os demais já se transformaram em agências reguladoras. A Susep é o mais antigo e mais sem agilidade. É preciso haver um meio de governança mais moderno. O que pleiteamos junto ao Ministério da Fazenda é um projeto de lei que torne a Susep mais moderna, eficiente e com metas definidas. O anteprojeto ainda está em discussão.

E o Ministério da Fazenda demora no atendimento a esta demanda, mesmo sabendo da importância do mercado para a formação de poupança interna e o desenvolvimento da economia?

✦ A importância da contribuição do mercado para a formação de poupança privada, que chega a 25% do PIB, é uma barbaridade. O mercado sabe disso, os técnicos sabem disso, mas os políticos não sabem valorizar o mercado. Quem garantiu os recursos para o desenvolvimento brasileiro no Governo (Getúlio) Vargas foi o seguro. O BNDES (Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social), na época BNDE, também foi criado com os recursos do seguro no segundo Governo Vargas. Mas hoje os políticos não dão a menor importância ao nosso mercado. A demora na nomeação do superintendente da Susep é um bom exemplo disso: foram mais de seis meses para que o Governo indicasse o nome da pessoa que iria comandar a autarquia, a despeito de toda a importância do mercado para a economia nacional. ●

“É preciso haver um meio de governança mais moderno. O que pleiteamos junto ao Governo é uma lei que torne a Susep mais moderna, eficiente e com metas definidas. O anteprojeto ainda está em discussão”



Uma gestão tra

Os desafios e as conquistas dos últimos três anos alçaram a atuação da CNseg à altura das demandas atuais da indústria de seguros.

Por
VANIA
MEZZONATO

O marco da atuação propositiva da CNseg foi fincado em 2010, quando foram estabelecidos os compromissos fixados na Carta de Itaipava, que passaria a guiar o trabalho da Confederação.

O legado que a administração atual deixa para seu sucessor na CNseg é uma entidade moderna, proativa e comprometida com a sustentabilidade da indústria de seguros e seu fortalecimento perante a sociedade, os órgãos reguladores e demais instâncias governamentais. Três anos após ter revigorado e ampliado suas atividades, a Confederação tem exercido a defesa do setor norteadora por um novo paradigma de representação, alinhado à realidade socioeconômica do País e à expansão do mercado, que toma impulso graças à ascensão de milhões de brasileiros ao mundo do consumo.

No centro do foco da CNseg está o consumidor – opção estratégica em face da elevação do poder aquisitivo das classes C e D. Em apoio às empresas na busca de excelência nas relações com os clientes, a Confederação traçou com prioridade o reposicionamento da imagem do setor, pela via dos meios de comunicação. Ao mesmo tempo, fiel aos compromissos com o aprimoramento do mercado, a entidade reforçou a interlocução com o Governo, seja com a apresentação de propostas, seja com a atuação firme contra iniciativas que ameaçavam o livre desenvolvimento da indústria seguradora.



nsformadora

ROSANE BEKIERMAN



Jorge Hilário: “Sem comunicação, diálogo e luta pelo que acreditamos não haverá crescimento sustentado do setor de seguros”

Sustentabilidade tornou-se um valor fundamental na atuação da Confederação, considerado em suas dimensões ambientais, sociais e de governança. Esse compromisso em nome do setor ganhou visibilidade durante a Conferência das Nações Unidas sobre Desenvolvimento Sustentável (Rio+20), em junho de 2012, quando a entidade uniu-se a seguradores mundiais – quatro delas, brasileiras – em torno dos Princípios para Sustentabilidade em Seguros (PSI, na sigla em inglês), lançados no plano global, com patrocínio da Confederação, pela Iniciativa Financeira do Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (Unep FI).

Grandes debates

A linha de conduta que vem sendo seguida pela CNseg foi destacada por Jorge Hilário Gouvêa Vieira ao fazer o balanço do setor em 2012, em almoço de confraternização no fim do ano. “Sem comunicação, diálogo e luta pelo que acreditamos não haverá crescimento sustentado do setor de seguros. Precisamos expor os nossos pontos de vista, participar dos grandes debates socioeconômicos do País, ampliar os canais de interação com os públicos de interesse e lutar pelo crescimento contínuo do mercado para que possamos assegurar, cada vez mais, a proteção aos consumidores”, afirmou.

Um dos destaques da participação da Confederação nos debates de interesse do setor foi a discussão em torno das novas regras de solvência propostas pela Susep. As Comissões Técnicas da CNseg tiveram um papel fundamental neste processo, avaliando riscos, criando um banco de dados de perdas operacionais do mercado de seguros brasileiro e elaborando estudos de comparação entre as referências regulatórias mundiais (Solvência II e Basileia II) e o modelo que deve ser adotado pelo Brasil.

A CNseg reforçou a interlocução com o Governo por meio da apresentação de propostas e da atuação firme contra iniciativas que ameaçavam o livre desenvolvimento da indústria seguradora.

O marco da atuação propositiva da CNseg foi fincado em 2010, quando os novos dirigentes estabeleceram objetivos, metas e estratégias para o triênio que começava – compromissos fixados na Carta de Itaipava, que passaria a guiar o trabalho da Confederação. Tendo como bandeira a sustentabilidade no setor, a Carta também orientou, como requisito frente aos desafios, a adoção de um novo modelo de gestão. Simbolizado por medidas como a criação da Diretoria Executiva, o novo modelo incorporou princípios de governança, assentados na profissionalização, na modernização de controles e no diálogo efetivo com as quatro federações associadas: FenSeg, FenaPrevi, FenaCap e FenaSaúde.

O fortalecimento da Confederação alçou sua atuação à altura das demandas em curso da indústria de seguros, que, em 2012, mais uma vez, registrou crescimento bem superior ao da economia brasileira. Num ano marcado pela retração do Produto Interno Bruto (PIB) e pela queda das taxas de juros, o setor expandiu-se além das expectativas, demonstrando sua grande capacidade de geração de poupança interna. Este desempenho ficou patente já na metade do ano: em junho, os investimentos somavam R\$ 495,5 bilhões (11% do PIB), contra R\$ 451,6 bilhões no ano de 2011.

Confiança do consumidor

A ampliação do mercado está associada ao aumento da confiança do consumidor. Nestes três anos, foram muitas as iniciativas na cooperação com as companhias com vistas à atração de novos clientes. Entre elas, a promoção de encontros como o que marcou os 10 anos do Código de Defesa do Consumidor, em 2010; a criação de plano de proteção do consumidor que preconiza a simplificação dos contratos; o apoio aos serviços de atendimento aos clientes (SACs) e às ouvidorias; e o lançamento de publicações didáticas sobre produtos do mercado.

A melhora no relacionamento com os consumidores vem sendo atestada pela expansão dos canais de comunicação e a redução do volume de queixas. Em paralelo, as companhias têm desenvolvido produtos e serviços diferen-

Compromisso com a modernidade

O mercado segurador brasileiro resolveu deixar no passado o rótulo de conservador e vem priorizando a adoção de iniciativas modernas e sustentáveis às práticas cotidianas do seu negócio. Um bom exemplo foi a mudança ocorrida no segmento de saúde, em que as empresas deixaram de ser meras financiadoras do setor para ser gestoras de saúde.

“Essa é uma mudança emblemática para o setor, que deixa de ser mero agente financeiro para ser gestor de qualidade e influenciar o comportamento das pessoas. É um grande marco”, afirma Solange Beatriz Palheiro Mendes, diretora executiva da CNseg – responsável pela implementação dos projetos e ações desenvolvidas nos últimos três anos – nesta entrevista exclusiva em que faz um balanço do setor.

Atenta às mudanças que norteiam a política de governança do mundo corporativo, ela fala da importância da sustentabilidade para o negócio do seguro e diz que o mercado se ressentiu de uma regulação mais moderna.

Como a sra. vê a questão da sustentabilidade, que vem permeando várias ações nos últimos anos?

A sustentabilidade é um sinônimo de qualidade e deve ser entendida por meio dos eixos ambiental, social e de governança. Um produto é considerado de qualidade quando é desenvolvido com respeito ao meio ambiente e às boas regras de governança corporativa, além de contemplar o aspecto social, por meio de um bom atendimento prestado aos consumidores. Ao aderir aos PSI, o mercado reafirmou seu compromisso com as mais modernas práticas de negócios e com valores nobres, que trazem padrões de qualidade para sua atividade.

Os executivos do mercado estão preparados para trabalhar com a vertente da sustentabilidade?

Nosso produto por si só já contribui para os conceitos de sustentabilidade, pois trabalha com prevenção e mitigação de risco e, por natureza, já dá a sua contribuição neste sentido. O que não quer dizer que o setor, individualmente, não possa adotar ações que contribuam para outros setores da economia. Nosso negócio é contributivo e ameniza os impactos, seja na proteção da saúde, das riquezas conquistadas ou do próprio meio ambiente. Mas isso não basta – nas suas ações, o mercado como um todo deve incorporar práticas de cunhos sustentáveis. Há empresas que já estão trabalhando com esse foco e algumas delas, inclusive, criaram áreas executivas para lidar com o assunto. Em breve os líderes do mercado passarão por um curso ministrado pela Universidade de Cambridge, no Rio, com foco em sustentabilidade, demonstrando nosso engajamento prático com as ações de cunho sustentável.



ROSANE BEKIERMAN

O Prêmio Antônio Carlos de Almeida Braga incentiva o desenho de propostas inovadoras para o mercado. Já é possível mensurar os resultados práticos desta iniciativa?

O prêmio foi criado há pouco mais de dois anos e ainda é cedo para ter este tipo de avaliação. Mas nossa percepção é de que gerou um estímulo novo para os funcionários, o que já é um resultado importante: levar a discussão da inovação para dentro do mercado. A proposta é que o funcionário inove e não as empresas – e esse modelo ainda não está no estágio da inovação completa, ainda trabalhamos com cases, mas a proposta é ter ideias realmente inovadoras e divulgar projetos bem-sucedidos, desenvolvidos pelas empresas. Os projetos têm que agregar valor para a sociedade.

O mercado sempre foi acusado ser muito conservador. A inserção de temas inovadores e sustentáveis em sua rotina mudou isso? A sra. diria que hoje o mercado é moderno?

Nosso mercado hoje tem compromisso com a modernidade. Transparência, compromisso com a expectativa do consumidor e qualidade estão na ordem do dia do seu negócio. Na área de saúde, por exemplo, há uns anos as empresas eram financiadoras da saúde, hoje são gestoras da saúde. Essa mudança é emblemática para o setor, que deixa de ser mero agente financeiro para ser gestor de

qualidade e influenciar o comportamento das pessoas. Esse é um grande marco do setor.

A Diretoria Executiva, que fica sob a sua responsabilidade, se ressentida de uma regulação mais moderna para o setor?

A Susep é um órgão fiscalizador e o que se pleiteia é sua substituição por uma agência reguladora. Um mercado moderno tem que ser proativo e buscar regras de incentivo ao crescimento de seu negócio, não deve ficar refém do órgão regulador. É isso que a CNseg vem fazendo e um bom exemplo foi a regulamentação dos microsseguros, cujas discussões se deram por meio de intensa parceria. A modernidade tem que ser construída a quatro mãos, não pode ficar dependente de apenas um dos agentes.

De que forma as Comissões Temáticas ajudam no funcionamento cotidiano do mercado?

As Comissões Temáticas trabalham sobre assuntos relevantes para o negócio das empresas. São 14 Comissões que abordam todos os temas que permeiam o mercado e que são discutidos por todas as seguradoras. É uma oportunidade que elas têm de trocar experiências e de disseminar conhecimentos não só internamente, no âmbito das comissões, mas também de ampliar os reflexos resultantes destas discussões para as demais áreas do setor. Nosso trabalho é promover a integração e a comunicação destes resultados, seja por meio propositivo, levando propostas de regulamentação e de ações para as empresas, ou reativo, sob formas de emendas a projetos de lei ou crítica à regulamentação em curso. As Comissões são compostas por técnicos das empresas, que detêm conhecimento específico para disseminar as informações.

Quais são as grandes questões da próxima gestão?

As grandes questões não são novas, nossa missão permanece a mesma: ter transparência, divulgar o seguro, promover mais compreensão dos produtos do seguro e melhorar a comunicação com o segurado. Estes objetivos estarão sempre presentes. As ações, sim, poderão ser aperfeiçoadas. A nova administração tem o compromisso de estreitar a relação com os poderes constituídos, para dar conhecimento efetivo do que o seguro é capaz e de como contribui para o País; e com os consumidores, o que já vêm sendo feito pela CNseg há três anos, por meio de diálogo constante com a Secretaria Nacional do Consumidor, Procons e Brasilcon. Esse diálogo se deve não só para divulgar o seguro e resolver pendências, mas também para aperfeiçoar nosso negócio e atender melhor às expectativas dos consumidores.

Carta de Itaipava: missão cumprida

Em agosto de 2010, reunidos em Itaipava, distrito da cidade serrana de Petrópolis (RJ), os dirigentes recém-empossados da CNseg fixaram a nova identidade da Confederação, traçaram metas alinhadas aos anseios do mercado e estabeleceram as diretrizes de ação da entidade até 2013. As decisões, consolidadas no documento que ficaria

conhecido como Carta de Itaipava, deram à CNseg um novo norte para o desempenho da missão de promover o desenvolvimento do setor com ênfase na sustentabilidade, em atendimento às demandas de seguridade dos brasileiros.

Ao adotar novas formas de atuação, a CNseg promoveu uma reestruturação para acompanhar a crescente participação da indústria de seguros na economia. Em três anos, a concretização de diversas iniciativas preconizadas pela Carta de Itaipava revigorou a atuação da Confederação à frente do setor, como promotora do seguro, previdência privada, saúde suplementar e capitalização. Entre os objetivos alcançados, estão: a inclusão de novos consumidores no mercado, o incentivo à pesquisa no setor, à cooperação com os órgãos reguladores e o combate ao abuso e à fraude.

Nova estrutura

A CNseg remodelou sua estrutura organizacional de acordo com as orientações da Carta de Itaipava, implementando uma série de medidas para profissionalizar e modernizar a gestão. O marco fundador do novo modelo de governança foi a transformação da Diretoria em Conselho Diretor, em outubro de 2010, conforme prescrevia a Carta. Ainda naquele mês, o Conselho aprovou o nome de Solange Beatriz Palheiro Mendes para o posto de diretora executiva, que tem, entre suas missões, a efetivação das diretrizes estabelecidas pela presidência e a supervisão das atividades da entidade nos planos institucional, técnico e



operacional.

A CNseg também criou em outubro daquele ano dois conselhos na Central de Serviços (Ceser). O Conselho de Administração (Codam), subordinado ao Conselho Diretor, assumiu funções deliberativas sobre as questões estratégicas e a orientação dos negócios da Ceser. Ao Conselho de Desenvolvimento (Conde), de natureza

consultiva, compete opinar a respeito de novos produtos, aperfeiçoamento da qualidade dos serviços, preços e novas demandas do mercado segurador.

A nova estrutura organizacional foi oficializada pelo Conselho Diretor em fevereiro de 2012. A CNseg passou a contar com a Controladoria, o Núcleo de Estudos e Projetos e o Centro de Documentação e Memória, que está em fase de implementação. As gerências de Comunicação e de Eventos foram alçadas à condição de superintendências. Para alinhar visões e condutas no novo sistema de governança, foram adotados manuais de Organização, Guias de Processos e Políticas da CNseg.

Normas corporativas

À responsabilidade de exercer controles em favor da confiabilidade das informações, da eficácia das operações e da aderência a leis e normas, a Controladoria agrega funções relacionadas aos processos de gestão de riscos e à atividade de compliance. Em maio de 2010, como parte da implantação dos controles internos, a CNseg instituiu sua estrutura normativa, estabeleceu o padrão de comunicação interna e definiu a intranet como veículo de divulgação, passando a editar uma série de normas corporativas.

O Núcleo de Estudos e Projetos realizou, a partir de 2011, vários trabalhos técnicos com enfoque econômico, sobre temas como teste de adequação de passivos, catástrofes, segu-

ro rural, risco de subscrição de títulos de capitalização e microsseguro. A Confederação também aperfeiçoou sua gestão orçamentária, tendo reestruturado atividades e fixado novos critérios para o acompanhamento do orçamento.

Para adequar as instalações da sede às mudanças, no Edifício das Seguradoras, a CNseg promoveu várias obras no prédio, em 2012, aliando a tecnologia a modernas normas de segurança e de sustentabilidade. Os colaboradores da Central de Serviços, espalhados antes no 12º andar e no 18º, passaram a ocupar o sétimo pavimento. O escritório da Confederação em Brasília também foi reformado e ampliado, passando a dispor de sala de reunião, auditório e espaço para melhor acomodação de autoridades.

Modelo de gestão

Em fevereiro de 2013, consolidando o processo de reestruturação, a CNseg aprovou a reformulação de seus estatutos – medida efetuada também na Fenaseg. Além de ratificar a transformação da Diretoria em Conselho Diretor, a Confederação ampliou de 18 para 27 o número de conselheiros. Em linha com o novo modelo de gestão, a entidade já havia remodelado seu site na internet em 2012, incorporando características da identidade visual e da nova logomarca, adotadas no ano anterior, quando também foi lançado selo comemorativo pelos 60 anos da Confederação.

A reestruturação da CNseg foi fundamental para que a Confederação pudesse pôr em prática uma série de iniciativas que transformaram em realidade as propostas da Carta de Itaipava. Essas ações foram desenvolvidas em várias frentes de atuação. Entre elas, o incentivo às boas práticas, a inclusão de novos consumidores, o apoio à produção de conhecimento na área, o combate às irregularidades e a cooperação com os órgãos reguladores no aprimoramento das normas regulatórias.



ARQUIVO CNSEG

ciados para atender a emergência de milhões de brasileiros ao mercado segurador. Atributos como eficiência e respeito ao cliente saíram fortalecidos em 2012: nas estatísticas da Secretaria Nacional do Consumidor (Senacon), do Ministério da Justiça, o setor deixou de aparecer entre os dez segmentos mais visados por reclamações nos Procons do País.

Apesar dos bons indicadores de crescimento, o ano de 2012 foi de dificuldades para o mercado de seguros no âmbito da ação dos órgãos reguladores, do Judiciário e do Congresso Nacional, muitas delas frutos da incompreensão a respeito do funcionamento do setor. Frente a essas adversidades, a CNseg teve a seu favor a atuação firme de suas Comissões Técnicas, que proporcionaram sinergias com as federações associadas e demonstraram que a união é vital para fazer a força do setor.

Restrições na lei

Os riscos da interferência estatal no mercado e do engessamento da atividade por conta de restrições na lei vêm exigindo atenção especial. Empenhada desde 2010 na luta contra o avanço do Estado sobre o setor privado, a CNseg acompanhou de perto a implementação da Agência Brasileira Gestora de Fundos e Garantias (ABGF), criada em 2012 com prerrogativas mais amplas do que as acordadas em entendimentos com o Ministério da Fazenda. No Congresso Nacional, o risco de cerceamento do mercado, por conta de projeto de uma lei específica para o setor, continua no centro das preocupações.

Mas as iniciativas no plano institucional também têm rendido vitórias. Uma delas foi o marco regulatório das operações de microsseguro, que abre uma promissora frente de negócios para o setor, com inclusão social. Outra ação construtiva é a proposta feita pela Confederação ao Governo, em junho de 2012, de elevação da Superintendência de Seguros Privados (Susep) à condição de agência reguladora. O órgão ganharia em autonomia, de acordo com as modernas concepções de regulação defendidas pela CNseg na defesa de um mercado de seguros cada vez mais forte no Brasil.

Consumidor

O relacionamento com o consumidor tornou-se tema prioritário para a CNseg, como requisito estratégico para a sustentabilidade da indústria de seguros no País. Em tempos de expansão do mercado e do lançamento de novos tipos de seguro, estimulados pelo aumento da renda e a ascensão de milhões de brasileiros ao consumo, a Confederação assumiu o compromisso de difundir novas práticas para promover a aproximação do mercado com seus clientes. Essas práticas são pautadas em preceitos como simplificação, transparência e abertura de novos canais de comunicação.

O empenho da CNseg em apoiar as seguradoras, com ênfase no aperfeiçoamento das ouvidorias, vem contribuindo para reduzir o número de reclamações contra o setor nos órgãos de proteção ao consumidor – um sinal de que o mercado amadureceu e passou a resolver muitas questões ainda no âmbito das empresas. De 2010 para 2011, caíram em 18%, de 32.932 para 26.920, as queixas registradas nas ouvidorias, de acordo com análise comparativa da Confederação. O universo de empresas pesquisadas corresponde a cerca de 90% das receitas do mercado, excluído o setor de saúde complementar. O número de queixas feitas à Susep também vem caindo nos últimos anos.

A exemplo dos serviços de atendimento aos clientes (SAC), a atuação das ouvidorias foi tema de encontros e seminários da CNseg, que também lançou, em setembro de 2012, o Guia de Acesso às Ouvidorias do Mercado Segurador. Essas instâncias de atendimento têm sido cada vez mais eficientes na busca de soluções racionais e pacíficas para os conflitos nas relações de consumo, além de funcionar como canal para que as companhias, orientadas pelas opiniões dos clientes, promovam mudanças em processos e aprimoramento em seus produtos.

Um dos marcos da ação da CNseg com foco nos clientes do setor foi a realização anual de Conferências Interativas de Proteção do Consumidor de Seguros, dando sequência



Evento em SP: o cenário de consumo no Brasil foi analisado durante a 3ª Conferência de Proteção do Consumidor de Seguros e Ouvidoria

ARQUIVO CNSEG



Pontos-Chave: cartilhas usam linguagem mais simples para promover uma comunicação eficaz com o consumidor dos produtos de previdência, saúde e capitalização



MARCELO BRAVO

midor de Seguros e Ouvidoria, realizada pela CNseg, em setembro

à primeira edição que comemorou os 20 anos do Código de Defesa do Consumidor, em 2010. A Confederação, que havia criado um ano antes a Comissão de Relações de Consumo, se juntou a outros segmentos econômicos na defesa da revisão da lei do consumidor, em função das mudanças que ocorreram nas relações de consumo ao longo das duas últimas décadas.

Além de ter organizado outros encontros nacionais voltados ao relacionamento com o público, a CNseg ainda editou várias publicações educativas. Destaque para a série Pontos-Chave, lançada em julho de 2012 e formada por nove livretos com informações essenciais para o consumidor. Em linguagem simples, as cartilhas traduzem termos técnicos e servem de matriz para as empresas adaptarem os conteúdos de acordo com as características de seus produtos.



PSI Princípios para Sustentabilidade em Seguros

A sustentabilidade na agenda do setor

A preocupação com a sustentabilidade foi definitivamente incorporada ao planejamento estratégico do mercado brasileiro de seguros, com ênfase nos aspectos ambientais, sociais e de governança, por meio de uma série de iniciativas consonantes com a busca mundial por novos modelos de promoção da economia verde e a preservação dos recursos finitos do planeta.

O marco do compromisso do setor com o tema foi o engajamento da CNseg no movimento global em torno dos Princípios para Sustentabilidade em Seguros (PSI, na sigla em inglês), lançados no Brasil em junho de 2012, durante o 48º Seminário da Internacional Insurance Society (ISS), realizado paralelamente à Conferência das Nações Unidas sobre Desenvolvimento Sustentável (Rio+20).

Patrocinadora oficial do lançamento dos PSI, formulados pela Iniciativa Financeira do Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (Unep FI), a CNseg foi signatária do termo de adesão aos princípios junto com 33 seguradoras mundiais – entre elas, quatro brasileiras. Na condição de instituição apoiadora dos PSI, a Confederação vem exercendo a missão de fomentar a conscientização e a divulgação dos princípios no mercado nacional.

Os quatro PSIs preconizam a atenção às questões ambientais, sociais e de governança nas tomadas de decisões; o trabalho com clientes e parceiros no gerenciamento de riscos e no desenvolvimento de soluções; a atuação conjunta com Governos, órgãos reguladores e outros públicos



GABRIEL HEUSI

para promover na sociedade uma agenda sustentável; e a divulgação, com transparência, dos avanços do setor na adoção dos Princípios.

O comprometimento da CNseg com os valores intrínsecos às questões da sustentabilidade vem, porém, de muito antes do lançamento dos PSI. Em 2009, ao lado do Sindicato das Seguradoras do Rio de Janeiro e Espírito Santo, a Confederação firmou com o Ministério do Meio Ambiente o Protocolo de Intenções do Seguro Verde, que visa à incorporação de conceitos sustentáveis na rotina do setor. Ao Protocolo Verde foram incorporados, em setembro de 2012, os compromissos do PSI.

Já no segundo semestre de 2011, a Confederação encomendou uma pesquisa para medir o alinhamento das empresas do setor ao Protocolo do Seguro Verde e a ações sustentáveis. O estudo mostrou que o compromisso com a sustentabilidade conquista cada vez mais espaço na agenda de negócios das 112 companhias

consultadas – entre seguradoras, entidades de previdência complementar, operadoras de planos de saúde e empresas de capitalização. Juntas, estas empresas representam 80% da receita de prêmio movimentada no País. A aplicação prática do Protocolo ganhou ainda mais impulso com o lançamento dos PSI.

A relevância dada às iniciativas que valorizam as empresas socialmente responsáveis levou o mercado a eleger a sustentabilidade como tema da segunda edição do Prêmio Antonio Carlos de Almeida Braga de Inovação em Seguros, que norteou a adoção de práticas sustentáveis em toda a cadeia da indústria de seguros.

Essas ações somam-se à expectativa do setor de que sejam adotadas posições mais firmes e consistentes para a preservação dos recursos do planeta e a promoção do desenvolvimento sustentável. Por sua vocação de garantir e preservar vidas e patrimônios, o setor de seguros tem enorme contribuição a dar a esse processo.

Reunião de líderes

globais: o 48º Seminário da IIS, realizado no Rio de Janeiro, foi palco de lançamento dos Princípios para Sustentabilidade em Seguros

Vida nova para as Comissões Temáticas

A reformulação das comissões temáticas, integradas desde 2011 por representantes das federações, imprimiu nova dinâmica às atividades desses grupos, que passaram a dar voz aos vários segmentos congregados na CNseg. O trabalho das 14 comissões, vinculadas a três das sete superintendências da entidade, tornou-se fundamental para fortalecer o respeito à pluralidade existente no setor na representação das associadas, exercida pela Confederação.

A importância das comissões temáticas para a atuação da CNseg ficou patente, em novembro, no balanço de 2012, ano de atividades intensas nas áreas regulatória, jurídica e fiscal. Além de ter fornecido subsídios à ação da Confederação frente a atos do Governo, as comissões desempenharam também o papel de propositoras de iniciativas para evitar entraves ao desenvolvimento do mercado.

As comissões ganharam vida nova graças a seu reposicionamento na estrutura de gestão da CNseg. Os represen-

tantes da entidade nos grupos passaram a adotar posturas proativas, fomentando as discussões e o aprofundamento dos debates relatados em atas padronizadas e encaminhadas aos diretores executivos das federações. Todas as propostas e deliberações das comissões passaram também a ser reportadas mensalmente nas reuniões do Conselho Diretor da Confederação.

Das 14 comissões temáticas, sete estão ligadas à Superintendência de Regulação da CNseg: Atuarial, Administração e Finanças, Assuntos Fiscais, Controles Internos, Processos de Tecnologia da Informação, Investimentos e Resseguro. Cinco são vinculadas à Superintendência de Relações com o Mercado: Sustentabilidade, Recursos Humanos, Microseguro e Seguros Populares, Ouvidoria e Relações de Consumo. As outras duas – Assuntos Jurídicos e Relações Governamentais – estão subordinadas à Superintendência da Área Jurídica.



PEDRO MENA

Balanço dos trabalhos: evento reuniu autoridades e representantes das comissões temáticas para compartilhar conhecimentos dos temas que impactam o setor

Aposta na eficiência da comunicação

Nova identidade visual, relacionamento mais intenso com a imprensa, portal na internet repaginado, propaganda do seguro em programas radiofônicos, eventos marcantes que dão projeção à indústria seguradora. A CNseg vem pondo em prática, nos últimos três anos, um plano de comunicação institucional com ações em várias frentes. Como estratégia comum, essas iniciativas visam à valorização dos produtos de seguro, previdência privada, saúde suplementar e capitalização, assim como o fortalecimento do setor aos olhos dos brasileiros.

O ponto de partida da aposta na comunicação aconteceu, em 2011, com o lançamento da nova logomarca da CNseg, que expressa a sinergia entre as quatro federações. Ancorada na logo, a nova identidade visual norteou a reformulação do portal, no ano seguinte. O site teve facilitada a navegação e ganhou novos conteúdos, tendo como alvos a imprensa e os jovens. A remodelação incluiu a criação de hotspots sobre temas como o seguro, a sustentabilidade e o Prêmio Antonio Carlos de Almeida Braga – outra iniciativa de impacto no campo da comunicação.

Na relação com a imprensa, o foco das atenções passou a ser o contato com os jornalistas. A fim de fornecer subsídios para o conhecimento dos





ANTRANIK PHOTOS



Conseguro: palestrantes discutem, em Brasília, os desafios impostos ao Brasil pelo cenário de transformações no ambiente socioeconômico

Workshop imprensa: evento promovido pela CNseg discute com jornalistas a regulação e as perspectivas do microsseguro e do seguro garantia

produtos do setor, a Confederação realizou workshops técnicos para esses profissionais e distribuiu cartilhas sobre diversos temas, como microsseguro, seguro garantia, saúde suplementar e o seguro DPVAT. No trabalho de aproximação com a imprensa, foram promovidos encontros de relacionamento em todo o País.

Para popularizar o seguro, a CNseg ampliou seus patrocínios no rádio, televisão e jornais. Na Rádio Eldorado AM-FM, em São Paulo, tornou-se patrocinadora dos boletins Crônicas da Cidade e Dicas de Seguros. No diário O Estado de S. Paulo, associou sua marca à coluna semanal sobre seguros do jornalista Antonio Penteadado Mendonça. Na tevê, um dos patrocínios está vinculado ao programa Siga Seguro, na Band News TV.

A realização de grandes eventos tem fortalecido a imagem do setor. Em junho de 2011, a Confederação promoveu a V Conferência Brasileira de Seguros Gerais, Previdência Privada e Vida, Saúde Suplementar e Capitalização, com 700 participantes. Outra iniciativa que ganhou importância é a Conferência Interativa de Proteção ao Consumidor, com três edições entre 2010 e 2012.

O setor também teve sua visibilidade ampliada com o lançamento global dos Princípios para Sustentabilidade em Seguros (PSI, na sigla em inglês), durante o 48º Seminário da Internacional Insurance Society (ISS), realizado paralelamente à Conferência das Nações Unidas sobre Desenvolvimento Sustentável (Rio+20), em junho de 2012.



Um reconhecimento à inovação

Reconhecer e estimular o desenvolvimento de ações inovadoras por parte dos profissionais do mercado são os objetivos que motivaram a CNseg a criar, em 2011, o Prêmio Antonio Carlos de Almeida Braga de Inovação em Seguros. Na primeira edição, com 38 inscritos, o foco da premiação foi o aprimoramento das relações do setor com os consumidores. Em 2012, quando foram apresentados 22 trabalhos, o tema foi a sustentabilidade.

Na primeira edição do prêmio, o primeiro lugar foi conquistado por uma ferramenta de autorização prévia de procedimentos de saúde desenvolvida por Raphael Watanabe e Roberta Navarro, da SulAmérica. A solução proporcionou à empresa o aperfeiçoamento das relações com os clientes, além de reduzir o tempo de espera e o nível de reclamação, que já era baixo. Dos 38 trabalhos concorrentes, 19 foram selecionados e seis finalistas disputaram os três primeiros lugares, que receberam o troféu da premiação e valores em dinheiro.

Na edição do ano passado, a sustentabilidade foi abordada em três categorias – Comunicação, Processos e Produtos. Na primeira, a vitória coube ao Programa de Educação Ambiental para Sustentabilidade para o público



interno da SulAmérica, de Adriana Boscoy. Na categoria Processos, venceu o projeto de certificação digital em saúde que diminuiu o uso do papel na companhia, desenvolvido por Ishiguro de Lima. E em Produtos, ganhou o projeto de Kleber Lopes de Almeida Junior e Lívia Prata Nascimento, para

uso de tinta a base d'água em lugar de solvente.

A sustentabilidade voltará a ser tema central do Prêmio Antonio Carlos de Almeida Braga de Inovação em Seguros na edição deste ano, que prevê a segmentação dos trabalhos em duas vertentes: impacto para o público interno e impacto para o público externo. Com a manutenção do foco, a CNseg reforça sua visão de que a sustentabilidade não deve ser entendida como objetivo pontual, mas, sim, permanente, que exige dos profissionais de seguros, também de forma constante, posturas inovadoras e busca da excelência.



ROSANE BIKIERMAN

Almoço de confraternização: durante o evento foram anunciados os vencedores da segunda edição do Prêmio Antonio Carlos de Almeida Braga, cujo tema foi a sustentabilidade



ROSANE BIKIERMAN

Jorge Hilário, Marina Silva e Braguinha na confraternização de final de ano do mercado segurador

Campo aberto para o microsseguro

Na comunidade Dona Marta, em Botafogo, Zona Sul do Rio, a proteção do seguro tornou-se realidade para centenas de moradores que nunca haviam pensado antes em ter uma apólice. Desde 2010,

eles vivem uma experiência que promete se espalhar Brasil a fora, graças à criação de um novo produto: o microsseguro. A inovação, lançada pela CNseg com 17 seguradoras, no projeto Estou Seguro, foi feita sob medida para incluir os brasileiros das classes C e D no mercado.

Com preço acessível e cobertura atraente, o microsseguro é comercializado na comunidade por corretores que residem no lugar, formados pela Escola Nacional de Seguros – Funenseg. Ao mesmo tempo em que representa um aprendizado para os moradores, o Estou Seguro gera conhecimentos valiosos para as companhias participantes do projeto, em face do potencial de negócios aberto pela emergência de novas classes ao mercado de consumo.

O projeto, que difunde a educação financeira com foco na proteção do seguro como instrumento de proteção familiar, é parte do esforço do setor para promover a inclusão socioeconômica no Brasil. Tendo como parceiros o Instituto de Estudos do Trabalho e Sociedade (Iets) e o Grupo Ecos, formado por moradores, o Estou Seguro está na segunda fase na Dona Marta, primeira comunidade a receber uma Unidade de Polícia Pacificadora (UPP) no Estado.

A experiência liderada pela CNseg no local precedeu em um ano o marco regulatório do microsseguro, oficializado pela Resolução 244 do Conselho Nacional de Seguros Privados (CNSP), a que se seguiram regulamentações da Susep. Na falta de materiais didáticos sobre o tema, a Confederação produziu a cartilha Família Estou Seguro, com 50 mil exemplares, para distribuição também em outros pontos do País.

A atuação da CNseg na promoção do microsseguro inclui a articulação com organizações internacionais que se dedicam ao tema. Entre elas, a MicroInsurance Network (MIN) e o Programa para o Desenvolvimento do Microsseguro na América Latina e Região do Caribe, lançado em 2011 pela Federação Interamericana de Empresas de Seguros (Fides), Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) e Fundo Multilateral de Investimento (Fomin).



ARQUIVO CNSEG



Congresso Nacional: alterações feitas na MP não foram vetadas na lei e estatal é autorizada a fornecer seguros a órgãos públicos, sem licitação

A polêmica estatal do seguro

Defensora da livre iniciativa e da concorrência no mercado de seguros, a CNseg acompanhou de perto a implementação da Agência Brasileira Gestora de Fundos e Garantias (ABGF), criada pela presidenta Dilma Rousseff em agosto de 2012 e oficializada no início de abril com a publicação do decreto 7.976 no Diário Oficial da União. A Confederação vinha se posicionando desde 2010 contra o risco da interferência estatal no setor, empenhada em demonstrar ao Governo que as companhias privadas já garantem grande parte das obras de infraestrutura do País – e que a criação da Agência é importante para garantir riscos que não são próprios do setor privado.

Com a instituição da ABGF, o Governo ignorou acordo selado entre a CNseg e o Ministério da Fazenda, durante a discussão da Medida Provisória 564, que propunha a criação da ‘Segurobras’, como a agência é chamada no mercado. Pelos entendimentos, a ABGF atenderia as intenções do Governo sem afetar a concorrência. Porém, as prerrogativas da agência foram ampliadas, permitindo que a agência atue em qualquer área, com vantagens sobre as seguradoras estabelecidas no mercado.

O acordo previa que a ABGF teria papel complementar ao das companhias privadas, operando em campos como o do seguro garantia e gerindo fundos que poderiam beneficiar projetos de infraestrutura do Programa de Aceleração do Crescimento (PAC). Mas, como as alterações feitas na MP pelo Congresso Nacional não foram vetadas na lei, a estatal está autorizada

a fornecer seguros a órgãos públicos, sem licitação, a preço de mercado, e ainda poderá se beneficiar de regulamentação especial da Susep.

Desde o início da luta contra a presença estatal no mercado, a CNseg tem concentrado seus esforços em dois fortes argumentos. No campo jurídico prega que a atuação de uma seguradora estatal não tem amparo legal. "A Constituição diz que seguro é uma atividade privada e também há a Lei 5.627, que impede que o Estado tenha controle em atividade de seguro", sempre destacou o presidente Jorge

Hilário Gouvêa Vieira, repetindo posição manifestada várias vezes em debate sobre o tema.

O outro argumento tem cunho técnico-financeiro: o mercado segurador dispõe de solidez e capacidade para proporcionar cobertura aos grandes projetos de infraestrutura em andamento e em fase de licitação no País. "Há uma farta capacidade de recursos ofertados pelas seguradoras e resseguradoras no Brasil e no exterior", afirma Jorge Hilário Gouvêa Vieira, contestando alegações de que o setor teria dificuldades para fazer a proteção dos grandes empreendimentos.

Solidez ancorada nos números

Valores em R\$ bi

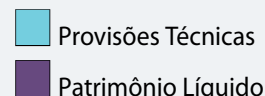
Evolução da Arrecadação



Evolução dos Sinistro, Benefícios, Resgates e Sorteios



Evolução dos Investimentos



Parcerias internacionais

Nos últimos três anos, a CNseg firmou várias parcerias com instituições internacionais dedicadas ao desenvolvimento de expertises na atividade seguradora. Foi graças a uma dessas alianças, com a Iniciativa Financeira do Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (Unep Fi, na sigla em inglês), que a Confederação alinhou a indústria brasileira de seguros à mobilização global do setor em torno dos Princípios para Sustentabilidade em Seguros (PSI), lançados em junho de 2012.

Em outra frente de ação, a CNseg filiou-se à Global Federation of Insurance Associations (GFIA), formada por 31 associações, que representam 87% da arrecadação mundial de prêmios. Na entidade, sediada em Bruxelas, Bélgica, a Confederação integra os grupos de trabalho sobre inclusão financeira, condutas do mercado e catástrofes naturais. Outra participação se dá na Microinsurance Network (MIN), com base em Luxemburgo, rede que se dedica à promoção do seguro entre populações de baixa renda.

A Confederação estabeleceu também um canal de comunicação com a Universidade de Cambridge, na Grã-Bretanha, integrando-se ao Programa de Liderança em Sustentabilidade (CPSL), que desenvolve programas executivos de formação para líderes seniores. Outra parceria relacionada à universidade britânica envolve o ClimateWise, referência em pesquisas sobre gerenciamento de riscos e efeitos das mudanças climáticas na indústria global de seguros.

A preocupação com os impactos das mudanças no clima do planeta levaram a CNseg a ter também como parceira a Associação de Genebra (The Geneva Association), que se destaca pelas pesquisas a respeito dos impactos



FREPIK

Aliança com a Iniciativa Financeira do Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente: a indústria brasileira de seguros alinhada com os PSI

do fenômeno sobre a atividade seguradora. Os termos da colaboração com a entidade suíça incluem a tradução de materiais de interesse do mercado segurador do Brasil e a realização de eventos em conjunto.



Marco Antonio Rossi é o novo presidente da CNseg

A eleição marcou a inauguração das novas instalações do escritório da Confederação em Brasília.

Por
JORGE CLAPP

Marco Antonio Rossi foi eleito para a presidência da Confederação Nacional das Empresas de Seguros Gerais, Previdência Privada e Vida, Saúde Suplementar e Capitalização (CNseg) e substituirá a Jorge Hilário Gouvêa Vieira no comando da entidade. A eleição da nova Diretoria da CNseg para o triênio 2013-2016 marcou a

inauguração das novas instalações do escritório da Confederação em Brasília, no dia 19 de março, quando mais de 80 convidados, entre representantes do mercado segurador e autoridades, participaram da cerimônia.

Rossi é presidente da Bradesco Seguros e ex-presidente da FenaPrevi. O mandato da nova gestão tem início no dia 30 de abril. A cerimônia de posse será realizada no dia 7 de maio, em Brasília, com a presença das lideranças do setor segurador brasileiro, representantes do Governo, entre outros convidados ilustres.



ROSANE BIKIERMAN

Marco Antonio Rossi comandará a Confederação Nacional das Seguradoras no triênio 2013-2016

Membros da nova Diretoria

Presidente: Marco Antonio Rossi (Bradesco Seguros)

1º Vice-presidente: Jayme Brasil Garfinkel (Porto Seguro)

Vice-presidentes: Mário Petrelli (Icatu Seguros); e Patrick Larragoiti Lucas (Sulamérica Cia. Nacional de Seguros)

Vice-presidentes natos: Marcio Serôa de Araujo Coriolano (Federação Nacional de Saúde Suplementar – FenaSaúde); Marco Antônio da Silva Barros (Federação Nacional de Capitalização – FenaCap); Osvaldo do Nascimento (Federação Nacional de Previdência Privada e Vida – FenaPrevi); e Paulo Miguel Marraccini (Federação Nacional de Seguros Gerais – FenSeg)

Diretores: Acacio Rosa de Queiroz Filho (Chubb do Brasil Cia de Seguros); Alexandre Malucelli (J. Malucelli Seguradora de Crédito); Antonio Cássio dos Santos (Zurich Minas Brasil Seguros); Antonio Eduardo Marquez de Figueiredo Trindade (Itaú Seguros); Francisco Alves de Souza (União Previdenciária Cometa do Brasil – Comprev); João Francisco Silveira Borges da Costa (HDI Seguros); Jorge Hilário Gouvêa Vieira (Sulamérica Cia. Nacional de Seguros); Nilton Molina (Mongeral AEGON Seguros e Previdência); Pedro Cláudio de Medeiros Bocayuva Bulcão (Sinaf Previdência Cia. de Seguros); Pedro Pereira de Freitas (American Life Cia. de Seguros); Sebastian Ramon Arcuri (HSBC Vida e Previdência-Brasil); Thierry Marc Claude Claudon (Caixa Seguradora); William Alan Yates (Prudential do Brasil Seguros de Vida); e Wilson Toneto (Mapfre Seguros)

Diretor nato: Luiz Tavares Pereira Filho (Fenaseg)

Conselho Fiscal – efetivos: Ana Júlia de Vasconcelos Carepa (Brasilcap Capitalização); José Maria Souza Teixeira Costa (Cia. de Seguros Aliança da Bahia); e Júlio César Rosa (HDI Seguros)

Conselho Fiscal – suplentes: Haydewaldo Roberto Chamberlain da Costa (Bradesco Seguros); Laênio Pereira dos Santos (Sulamérica Cia Nacional de Seguros); e Lúcio Antonio Marques (Cia. de Seguros Previdência do Sul)

Novas instalações

O novo escritório da CNseg ocupa 286 metros quadrados no Edifício Brasília Trade Center e conta com auditório para até 50 pessoas, salas de reunião e da presidência e área administrativa. “Esta é a ponte para se chegar aos Três Poderes e está disponível para todos os profissionais do mercado”, afirmou em discurso o atual presidente da CNseg, Jorge Hilário Gouvêa Vieira, referindo-se ao fato de o escritório ficar bem próximo da Praça dos Três Poderes.

Para a diretora executiva da Confederação, Solange Beatriz Palheiro Mendes, as mudanças no escritório indicam um olhar mais amplo do setor no sentido não apenas de acompanhar o movimento político, mas também de participar e mostrar que a atividade seguradora é imprescindível para a vida do País. ●



O debate sobre as relações do seguro e seus consumidores

Por
ROSE SCHERER

A sociedade deve ter mais acesso à informação sobre seguros para que os conflitos empresas x consumidores sejam reduzidos.

A preocupação do mercado de seguros em promover a aproximação com os consumidores, prestar serviços cada vez melhores e ampliar os canais de comunicação com este público motivou a realização do seminário 'Direitos e Deveres do Consumidor de Seguros', realizado em Porto Alegre (RS), no dia 27 de março – que promoveu o encontro de especialistas do setor, advogados, seguradores, representantes dos órgãos de defesa do consumidor e do Ministério Público e juristas.

O evento foi uma promoção conjunta da CNseg, Escola Nacional de Seguros, do Instituto Nacional de Educação do Consumidor (Inec), e da Revista Consumidor Teste. "Essa discussão, inédita no Brasil, tem o objetivo de melhorar a educação do consumidor", destacou José Luiz da Silva, presidente do Instituto.

No Plenário Mercosul da Federação das Indústrias do Estado do RS – Fiergs, especialistas discursaram sobre necessidade de se ampliar a informação sobre os produtos de

seguros e os contratos com o público consumidor. "Nossos esforços estão em levar mais conhecimento sobre o funcionamento do nosso mercado para cativar o consumidor", destacou Solange Beatriz Palheiro Mendes, diretora executiva da CNseg, que apresentou um panorama geral do mercado segurador no Brasil e apontou as ações promovidas pela Confederação na intenção de se comunicar melhor com seu público.

Entre os destaques, a executiva ressaltou a importância das ouvidorias nesse processo e informou que, no ano passado, foram registradas 26 mil reclamações em todo País, com origem nos canais diretos das seguradoras, além de Susep, Procon e Bacen. Segundo ela, mais da metade foi julgada procedente.

Educação financeira

As ações para levar informação à sociedade incluem a promoção da educação financeira do consumidor (que integra a Estratégia Nacional de Educação Financeira – ENEF), a



ARQUIVO CNSEG - GABRIEL CARNELUTTI / MIGUEL COSTA

de responsabilidade civil”, disse ela, lembrando a tragédia na boate de Santa Maria.

Problemas no Procon

Para o coordenador executivo do Procon do RS, Cristiano Rodrigues Aquino, “o dever recíproco de cooperação entre consumidor e empresa passa pelos pressupostos da informação correta e o cumprimento dos contratos”. Em sua avaliação, o recém-lançado Programa Nacional de Consumo e Cidadania, do Governo federal, deverá facilitar esse

processo, evitando que os problemas desajuguem nos Procons e no Judiciário.

A mesma posição foi defendida por Lorena Tavares, coordenadora geral do Sistema Nacional de Informações de Defesa do Consumidor (Sindec) que apresentou uma fotografia das reclamações que chegam aos Procons: problemas sistêmicos e recorrentes.

Os setores de telefonia celular e fixa, bancos, cartões de crédito e questões financeiras lideram as reclamações – e o assunto ‘seguro’ permeia todos eles. Em 2011, foram registradas 16.585 demandas relacionadas ao setor e, em 2012, 21.296. “Isso é apenas uma amostragem do que acontece no mercado, o que não significa uma realidade absoluta”, lembrou Lorena.

Transferência de riscos

A doutora em Atuária e mestre em Estatística Fernanda Chaves Pereira fez uma análise dos princípios técnicos dos contratos de seguros, que nascem da necessidade de o indivíduo transferir riscos. Ela explicou que normalmente esse risco é transfe-

Público atento:

Lorena Tavares, do Sindec, apresentou uma fotografia das reclamações que chegam aos Procons

participação da caravana da Federação Brasileira de Bancos (Febraban) pelo Nordeste e o desenvolvimento do Projeto Estou Seguro, no Dona Marta, no Rio de Janeiro. “O projeto ajuda a disseminar o microsseguro e seu conceito junto à comunidade local. Esse tem sido nosso carro-chefe: promover a divulgação da informação sobre os produtos do seguro”, afirmou Solange Beatriz.

A advogada Teresa Cristina Moes, presidente da Comissão de Defesa do Consumidor e conselheira seccional da OAB/RS, também manifestou sua preocupação com o que chamou de “falhas na comunicação” com o consumidor. Para ela, o segurado tem que entender claramente todos os detalhes do contrato de seguros e saber o que está assinando, como estabelece o Código de Defesa do Consumidor.

“O setor deve ter grandes demandas em função da proximidade dos eventos esportivos programados para o País, pois muitas empresas precisarão se resguardar contratando seguros

Consumidor

rido para a família, que fica responsável por arcar com as consequências de eventuais infortúnios.

Mas, como o novo desenho das famílias (menores e formadas por pessoas mais longevas), as possibilidades de auxílio mútuo são reduzidas e as despesas com a população idosa, aumentada. “O seguro passa a ser a melhor alternativa nessa transferência de risco e, a exemplo do que ocorre nos países desenvolvidos, deverá crescer ao longo dos anos junto com a economia”, estimou.

O painel foi complementado pelo assessor da Diretoria Executiva da Escola Nacional de Seguros, o mestre em economia Lauro Faria, que apresentou uma visão econômica do setor. Lembrou que não haveria no mundo moderno investimentos econômicos sem seguros e traçou um comparativo entre o modelo ideal, de competição perfeita, e o real, que mostra um cenário particularmente complexo do ponto de vista econômico e aponta para uma hipossuficiência do segurado. “Há falhas no mercado segurador por falta de informação e também nos órgãos públicos, que intervêm no mercado sem os devidos cuidados com as seguradoras”, afirmou.

Doutor e mestre em Direito pela UFRGS e especialista em Direito Internacional e Direito Civil, Bruno Miragem lembrou que indústria brasileira de seguros cresce na esteira da inclusão econômica de novos consumidores, que aumenta a demanda por serviços turísticos no País, cuja estrutura não é adequada. “Não há na legislação um contrato específico de prestação de serviços turísticos abrangente, mas apenas múltiplos contratos voltados a diferentes serviços, como transporte e hospedagem”, disse.

Consumo de álcool

A embriaguez ao volante e os aspectos jurídicos que envolvem esse problema foram debatidos por dois especialistas no último painel do seminário. O desembargador Ney Wiedmann Neto, do Tribunal de Justiça do RS, abordou o tema com cautela ao se referir ao agravamento ou exclusão do risco em função do consumo de álcool.



Solange Beatriz: “Nossos esforços estão em levar mais conhecimento sobre o funcionamento do nosso mercado para cativar o consumidor”

Segundo ele, apesar de a legislação brasileira de trânsito sinalizar que a direção após a ingestão de bebidas alcoólicas é um conduta grave (CTB), o judiciário do Rio Grande do Sul avalia caso a caso. “Nem sempre a ingestão de álcool combinada com a direção de um veículo pode ser acusada de causar infortúnios”, justificou. O desembargador disse que é preciso ter cuidado na proteção ao consumidor, uma vez que algumas situações podem levar à perda do direito à garantia do seguro.

Na sequência o público acompanhou o contraponto apresentado por Marcos Frederico Botelho, vice-presidente da Associação Internacional do Direito do Seguro (Aida), que discordou do desembargador por entender que as ações envolvendo embriaguez ao volante – a condução de veículos sob a influência de álcool – aumentam a demanda por indenizações. “Não existe um nível seguro associado ao uso do álcool na direção de um automóvel”, ressaltou. Para Botelho, as decisões não podem ser vistas apenas sob a ótica da vítima e do condutor e sim sob os interesses e esforços da sociedade. ●

Escola capacita profissionais de atuária

Escola Superior Nacional de Seguros oferece qualificação - a atuários brasileiros, através de bolsas de estudo em Londres e MBA no Rio de Janeiro.

Por
BIANCA ROCHA

Fundamental na avaliação dos riscos das operações de seguros, os atuários são cada vez mais requisitados no Brasil.

Atenta aos movimentos do mercado, a Escola Superior Nacional de Seguros (ESNS) promove duas formas de capacitação destes profissionais.

Uma delas é a concessão de bolsas integrais para o curso de Mestrado em Ciências Atuariais ou em Gestão Atuarial na Cass Business School – City University, em Londres, na Inglaterra. As aulas devem iniciar em setembro deste ano, com duração de 13 meses.

Cartas de referência

Para participar da seleção, os interessados deverão ter a certificação IELTS (fluência na língua inglesa); diploma de nível superior com demonstração de excelente desempenho através de histórico escolar; e duas cartas de referência – uma delas obrigatoriamente de origem acadêmica.

Após a análise curricular, a ESNS vai avaliar os candidatos por meio de entrevistas. Os estudantes selecionados terão direito, além da bolsa de estudo, a uma ajuda mensal de 1.000 libras durante o período do curso, e à passagem aérea de ida e volta para a capital inglesa.

“Há demanda por cursos de pós-graduação para capacitação de atuários, que são



ARQUIVO CNSEG

City University: Escola Superior Nacional de Seguros concede bolsa integral para curso de Mestrado em Ciências Atuariais ou em Gestão Atuarial na Cass Business School

importantes para o desenvolvimento do setor de seguros no Brasil. Na City University, os profissionais terão a chance de conhecer as melhores práticas internacionais e de ter uma qualificação global sobre o tema”, comenta o diretor de Ensino Superior e Pesquisa da Escola Nacional de Seguros, Claudio Contador.

Especialização no Brasil

No Brasil, a ESNS vai lançar o MBA Gestão de Riscos Atuariais e Financeiros, no segundo semestre, para atualizar os atuários com relação às regras e critérios de avaliação de riscos. “São aspectos que estão em constante mudança e a atualização é fundamental”, afirma Contador.

Estruturado em quatro módulos, o curso será realizado no Rio de Janeiro, com carga horária de 480h/aula e duração de cerca de um ano. As matérias abordam assuntos como Matemática Atuarial; Teoria de Risco; Finanças Quantitativas; Gestão Atuarial; e Valores Extremos e Dependência em Gestão de Riscos. A ideia é que a turma reúna entre 25 e 35 alunos. As inscrições começam em 3 de junho.

O curso está aberto a outros profissionais além de atuários, que tenham diploma de graduação plena em qualquer área de conhecimento relacionada às ciências exatas ou econômicas (estatísticos, economistas, administradores e outros).

Para mais informações, basta acessar o site www.funenseg.org.br ou enviar e-mail para faleconosco@funenseg.org.br. ●



PAULO RODRIGUES

Claudio Contador:

“Os profissionais terão a chance de conhecer as melhores práticas internacionais e de ter uma qualificação global sobre o tema (atuária)”



O Brasil é foco de atenção dos resseguradores

Mas ainda há muitos desafios a serem vencidos neste cenário de pós-abertura do mercado.

Por
DENISE BUENO

Até que ponto a sociedade brasileira está preparada para enfrentar as catástrofes naturais e aquelas provocadas pela ação do homem? Esse foi o tema central de dois dias de debates durante o 2º Encontro de Resseguro do Rio de Janeiro, uma realização da CNseg, em parceria com a Federação Nacional das Empresas de Resseguros (Fenaber), Associação Brasileira das Empresas de Corretagem de Seguros (Abecor) e Escola Nacional de Seguros – Funenseg.

Ainda há muitos desafios a serem vencidos neste cenário pós-abertura do mercado de resseguros. Até abril deste ano, segundo informações da Susep, o Brasil contava com 103 resseguradores: 14 locais, 29 admitidos e 60 eventuais.

Uma das formas de enfrentar catástrofes é a engenharia financeira conhecida como resseguro, que dá suporte para as seguradoras assumirem riscos. No Brasil, o principal ressegurador continua sendo o IRB Brasil Re, que tem mais de cem concorrentes – empresas que investiram no país após a abertura em 2008. “Os novos players ampliaram a capacidade de garantir os grandes projetos de infraestrutura em diversos setores, oferecendo cada vez mais coberturas alinhadas às novas necessidades das empresas brasileiras”, afirmou Jorge Hilário Gouvêa Vieira, presidente da CNseg.

Marco fundamental

O IRB Brasil Re, que no dia da abertura do evento, 3 de abril, comemorou 74 anos, teve seu papel no desenvolvimento do mercado de seguros e de resseguros reconhecido por todos que compuseram a mesa de abertura do evento. “O IRB continua a ser um instrumento insubstituível no desenvolvimento da atividade ressegurada no País, e também um marco fundamental no aprimoramento das ações empresariais e na formação de profissionais do setor”, disse Carlos Alberto Protásio, presidente da Abecor-RE, a Leonardo Paixão, presidente do IRB.

Após as 16 palestras proferidas por renomados especialistas brasileiros e estrangeiros, a conclusão foi que Brasil é atualmente o principal mercado para os resseguradores. Mas como é recente a abertura do setor, todos ainda estão aprendendo a lidar com riscos e aprimorando as regras.

O prefeito do Rio de Janeiro, Eduardo Paes, disse que está lutando para que a cidade sedie o Centro de Resseguros da América Latina. “Há algumas pendências, como a redução da alíquota do ISS no resseguro, mas estamos em busca de soluções para que esse projeto se concretize, crie novos empregos e traga riquezas”, comprometeu-se.

Prejuízos econômicos

As catástrofes naturais e os impactos causados pelo homem representaram US\$ 186 bilhões de prejuízos econômicos e a morte de 14 mil pessoas, em 2012 – e a frequência e severidade desses eventos vêm aumentando ano a ano. “Para suportar esse aumento, é preciso desenvolver programas conjuntos de mitigação de riscos e acumular bases estatísticas para precificar os riscos de forma adequada”, afirmou

Alfredo Gomez, vice-presidente da Swiss Re.

Segundo estudo da Swiss Re, é provável que a população brasileira exposta ao risco de inundações aumente dos atuais 33 milhões de pessoas para 43 milhões, em 2030, e as perdas anuais subam de US\$ 1,4 bilhão para US\$ 4 bilhões no mesmo período.

A exposição brasileira a catástrofes naturais é diferente da média mundial. Enquanto as inundações representam 20% das perdas do planeta, no Brasil esse evento tem sido responsável por 70% das indenizações pagas. “Precisamos atrair e desenvolver tecnologia de modelagem de riscos relativos a enchentes e inundações para acumular dados e, a partir deles, criar produtos com coberturas e preços adequados”, disse Rodrigo Botti, diretor da resseguradora local Terra Brasis.

Alarmismo climático

O geólogo Geraldo Luis Lino, diretor do Movimento de Solidariedade Ibero-Americano, fez severas críticas ao “alarmismo climático” e disse que, antes de discutir o clima de 2050, é preciso agir agora. Ele sugeriu a compra de satélite meteorológico próprio e radares meteorológicos, que hoje não são usados pela Defesa Civil e sim para fins aeronáuticos.

É o caso do seguro garantia, contratado pelo Governo e investidores para assegurar que o contrato será executado nos prazos e condições estabelecidos. O mercado do seguro garantia é conhecido pela baixa frequência de sinistros, mas alta severidade, exigindo grande participação de resseguradoras. A perspectiva é promissora para as diversas modalidades de garantia. O alerta feito pelos debatedores é que a disciplina na subscrição dos riscos tem de ser mantida, mesmo diante da acirrada concorrência, para que o setor cresça com sustentabilidade diante de um potencial gigantesco.

Há muitos contratos para serem garantidos, bem como o interesse do Governo em aprovar aumentos dos limites de coberturas do garantia, podendo subir de 10% para 45% dos valores licitados para as chamadas obras complexas – próximo das alíquotas de mercados mais evoluídos, como Europa (39%) e os Estados Unidos (100%). Na avaliação de Américo Peón de Sá, assessor de De-

ANDRÉ DURÃO



Da esquerda para

direita: Carlos Alberto Protásio (Abecor), Robert Bittar (Escola), Luciano Portal Santanna (Susep), prefeito do Rio de Janeiro, Eduardo Paes, Jorge Hilário (CNseg), secretário estadual Julio Bueno (RJ), Marcio Coriolano (FenaSaúde) e Paulo Pereira (Fenaber)

envolvimento Relacional da CNseg, o mercado vai arrecadar mais prêmios, mas também assumir responsabilidades crescentes e não poderá, como ocorre hoje, cometer qualquer deslize em termos de preços, comissões e subscrição.

O resseguro também é visto como prioritário para ampliar a penetração do seguro rural no Brasil. O palestrante, Roberto Rodrigues, ex-ministro da Agricultura, e a debatedora, Cristina Ribeiro, subscritora sênior de agricultura da Swiss Re, afirmaram que o Brasil está pronto para evoluir nesse tema.

Uma das grandes frustrações da indústria de seguros e de resseguros é a demora no avanço das políticas do seguro rural. O agronegócio representa cerca de 20% do PIB do Brasil, emprega 37% da população brasileira e representa 37% das importações do País, mas ainda sequer engatinha quando o assunto é o seguro, criticaram Roberto Rodrigues, ex-ministro da Agricultura, e Cristina Ribeiro, subscritora sênior de Agricultura da Swiss Re.

“No Brasil há 53 milhões de hectares de terra plantados com grãos, mas menos de 10% estão cobertos pelo seguro. Precisamos nos unir e criar um mercado forte para garantir o crescimento sustentado. Afinal, quando um agricultor perde, todos perdem”, afirmou Rodrigues.

Cristina Ribeiro acrescentou: “As empresas estão cientes do quanto o Governo e a iniciativa privada têm feito para expandir o programa de seguro rural e gerar estabilidade de renda do produtor. Mas ainda é preciso intensificar as ações e gerar políticas estáveis para que o setor privado possa investir nesse segmento”. ●

Um termômetro dos veículos mais visados pelos ladrões

Por
MARIA LUISA
BARROS

Central de Serviços e Proteção ao Seguro cria índice que permite acompanhar roubos e furtos em todos os estados e indica histórico de recuperação dos veículos.

A cada hora, 30 carros são levados por bandidos das ruas e estradas brasileiras. Diante da criminalidade, proprietários de veículos tentam se proteger equipando os carros com itens de segurança ou buscando modelos menos visados pelos ladrões. Para acompanhar de perto essas estatísticas de roubo e furto de veículos no País, motoristas podem contar com uma nova ferramenta disponível no mercado.

Com base nos dados do Departamento Nacional de Trânsito (Denatran), a Central de Serviços e Proteção ao Seguro da CNseg criou um índice que serve de termômetro da violência no trânsito e orienta os motoristas na hora de optar por acessórios de segurança. O levantamento é uma prestação de serviços da entidade para a sociedade e auxilia as seguradoras, pois permite uma visão ampliada dos

roubos e furtos em todos os estados brasileiros e nas principais cidades, além de indicar o histórico de recuperação dos veículos.

Foco de interesse

Segundo o diretor executivo da Federação Nacional de Seguros Gerais (FenSeg), Neival Freitas, o índice tem sido foco de interesse da imprensa nacional, o que reflete a importância dos dados para a vida do motorista. “Os dados indicam quais são as regiões com maior incidência de roubo e furto e também as marcas e modelos mais roubados, tanto de carros quanto de motos. Ao identificar esse cenário, é possível que o índice também auxilie o poder público a traçar políticas de segurança pública específicas para cada região”, afirma.

A preocupação tem sentido. Na carteira das seguradoras, roubo e furto são responsáveis por 11% das frequências de sinistros de automóveis. O segmento é líder em arrecadação e representa 51,5% de todos os seguros comercializados no País. No ano passado, as empresas arrecadaram R\$ 24,7 milhões com a venda de seguros de carros, um aumento de 16% em relação ao ano anterior, que foi de R\$ 21,3 milhões.

O mais roubado

De acordo com a pesquisa, o automóvel mais vendido no Brasil, o Gol da Volkswagen, também foi o veículo mais roubado ou furtado no ano passado: 39.350 unidades. É mais que o





ARQUIVO CNSEG

Gol, da Volkswagen: o automóvel mais vendido no Brasil também foi o veículo mais roubado ou furtado no ano passado: 39.350 unidades

De janeiro a novembro, foram levados 233.159 veículos, volume pouco abaixo do registrado em 2011, quando foram roubadas 237.546 unidades. A lista da Confederação Nacional das Seguradoras leva em conta apenas o número de casos, sem considerar a frota de cada veículo para gerar um ranking proporcional.

O levantamento não revela os anos e as versões mais visadas pelos criminosos. Em relação ao ranking de 2011, o Fox da Volkswagen saiu da lista dos dez veículos mais roubados. Em seu lugar, apareceu o Siena, da Fiat, que teve quase 4 mil unidades levadas por bandidos até novembro.

OS DEZ MAIS DESEJADOS PELOS CRIMINOSOS



Posição	Modelos	Unidades roubadas ou furtadas
1º	Volkswagen Gol	39.086
2º	Fiat Uno	18.005
3º	Fiat Palio	13.448
4º	Chevrolet Corsa	10.119
5º	Chevrolet Celta	7.221
6º	Ford Fiesta	6.935
7º	Chevrolet Monza	4.849
8º	Volkswagen Parati	4.577
9º	Volkswagen Fusca	4.468
10º	Fiat Siena	3.966

Fonte: CNseg

dobro do segundo modelo mais roubado do País, o Fiat Uno, que teve 18.727 furtos registrados de janeiro a novembro. A Volks aparece na lista das marcas mais desejadas pelos ladrões com mais dois modelos: Parati, na oitava posição, e o Fusca, no nono lugar.

O ranking elaborado pela CNseg aponta outros modelos preferidos pelos criminosos, como o Fiat Uno e o Fiat Palio, com mais de 31 mil unidades levadas pelos assaltantes. Na lista dos dez veículos mais visados pelos bandidos, aparecem três modelos da GM: Corsa (quarto lugar), Celta (quinta posição) e Monza (sétimo), com 22 mil unidades roubadas em 2012.

Reposição de peças

Segundo especialistas em segurança, normalmente os carros mais visados pelos criminosos são aqueles cujos proprietários encontram mais dificuldade de reposição de peças, seja pelo alto custo, pelo uso mais severo, no caso dos utilitários, ou porque o modelo deixou de ser fabricado.

Pela lei brasileira, depois que um veículo sai de linha todas as montadoras devem manter estoque suficiente de peças para atender o mercado pelo período de dez anos. Como nem sempre os fabricantes seguem a legislação, os motoristas acabam recorrendo ao mercado paralelo de peças roubadas e incentivando a criminalidade.

A iniciativa começou a ser desenvolvida pela Central de Serviços e Proteção ao Seguro da CNseg em meados de 2008. A Central presta serviços a instituições financeiras e outras empresas que financiam veículos ou realizam operações de compra e venda a prazo, fornecendo-lhes sistemas especializados para inclusão e baixa de gravames e registro dos contratos nos Detrans. É responsável pela administração de projetos relacionados ao mercado de seguros que envolvem bancos de dados, sistemas e serviços que são operacionalizados por meio de convênios e contratos com entidades públicas e privadas. ●

“Ao identificar esse cenário, é possível que o índice também auxilie o poder público a traçar políticas de segurança pública específicas para cada região”

Neival Freitas



Previdência e Vida: rumo ao R\$ 1 trilhão em reservas

Encontro Nacional da FenaPrevi discute próximos desafios do setor, como a criação da figura do proponente qualificado.



Por
CLAUDIO SOUZA

O VI Encontro Nacional da Federação Nacional de Previdência Privada e Vida (FenaPrevi), realizado de 28 de fevereiro a 2 de março, na Bahia, apontou os desafios do setor para os próximos anos. O novo presidente da entidade, Osvaldo do Nascimento, que tomou posse durante o evento, estima que o segmento de Vida e Previdência alcance, nos próximos cinco anos, reservas de R\$ 1 trilhão em valores atuais, triplicando o tamanho desse mercado no período.

Entretanto, para que essas estimativas sejam alcançadas e o mercado continue crescendo a taxas de 25% a 30% ao ano, Nascimento lembrou que o setor precisa trabalhar para avançar em diversas áreas, como a regulatória, de inovação de produtos e de educação financeira. De acordo com a FenaPrevi, as reservas atuais de

previdência privada e vida são de R\$ 338 bilhões.

“Na questão regulatória, temos de trabalhar em diversas frentes, como a do proponente qualificado, da flexibilização das regras de alocação dos ativos das reservas garantidoras e muitas outras. Temos de ter um arcabouço regulatório moderno, prevendo um mercado com uma importância robusta no PIB”, afirmou. Ele lembrou ainda que a participação do segmento de Previdência e Vida no PIB de 2012 foi de 2,1%, representando mais da metade do total do setor de seguros, que teve uma contribuição de 4,08% na economia do País.

Alocação de ativos

A criação da figura do proponente qualificado e a flexibilização de alocação de ativo, na previdência complementar aberta, são necessá-

Serviços cada vez mais personalizados

No primeiro painel do VI Encontro Nacional da FenaPrevi, foi apresentada a palestra “Pesquisa sobre Seguradoras, Intermediários e Interações”, do diretor da IBM Pedro Luiz Coelho, que mostrou dados obtidos por meio de estudo sobre o setor, realizado pela empresa em 17 países, entre eles, o Brasil.

Entre as principais conclusões do estudo, realizado em 2012, estão a necessidade de as seguradoras oferecerem serviços cada vez mais personalizados e de se adequarem às novas tecnologias de

comunicação, se antecipando às novas necessidades dos clientes.

“A seguradora oferece alto valor quando foca nas novas demandas de seus clientes e se antecipa para suprir as necessidades dos consumidores”, disse Coelho. A pesquisa da IBM também mostrou, segundo ele, que a velocidade ganhou mais importância nas vendas de seguros. Além da qualidade, que continua como fator importante, a flexibilidade dos produtos também se tornou importante para o novo consumidor.



FOTOS SIMONE NOBRE

Para a posteridade:

os participantes do seminário que discutiu os desafios e as oportunidades do segmento de previdência privada no país posam para foto após a conclusão dos trabalhos

rias para que o mercado possa oferecer planos com maior risco de volatilidade e maior potencial de rentabilidade e, assim, atender à demanda diante do cenário de juros baixos. Na questão da inovação, Nascimento citou o surgimento de novos produtos, como o VGBL Educação e o VGBL Saúde – cuja aprovação nos órgãos regulatórios deve estar concluída em breve. O lançamento no mercado deve ocorrer ainda em 2013.

“Saúde é o tema que aparece em todas as pesquisas como a maior preocupação do cidadão brasileiro. Então, está no *pipeline* da inovação estruturar o VGBL Saúde. Na sequência, parti-

remos para o VGBL Educação, visto que este é um desafio grande que o País tem a enfrentar”, complementou.

A regulação para os produtos do tipo ‘Universal Life’, que conjugam seguro de vida e acumulação, também está nas discussões do setor. “Uma parte do que se paga cobre o risco e outra parte forma a reserva para os benefícios. Este produto faz parte da nossa aposta estratégica, porque tem uma comunicação mais positiva. O cidadão vê que está comprando bem-estar ou qualidade de vida lá na frente”, explicou ele, lembrando também dos ‘Planos Generosidade’, com finalidade específica de acumulação e destinação de parte dos recursos doados a entidades beneficentes, de utilidade pública.



Da esquerda para direita: Ricardo P. Pinheiro (FUNPRESP); Antonio Cassio dos Santos (Zurich América Latina); Nelson Le Coq (Susep); Dep. Jutahy Magalhães (PSDB-BA); Marco Antonio Rossi (Bradesco Seguros); Osvaldo do Nascimento (FenaPrevi); Paulo Marraccini (FenSeg); Jorge Hilário Gouvêa Vieira (CNseg) e Fuad Noman (Sec. Extraordinário do Gov. de Minas Gerais)

Plataformas digitais

Ainda na área regulatória, Nascimento lembrou que a regulamentação da distribuição também precisa ser modernizada, prevendo a utilização das novas plataformas digitais. Esta questão é importante, principalmente para o desenvolvimento dos microsseguros. “Com a ascensão das classes D e E para C e D, a primeira demanda que o cidadão tem é a do microsseguro, do seguro de vida. Ele quer proteção. Ainda há peças na regulação relacionadas à distribuição que não estão resolvidas, como distribuição direta, distribuição por agentes e corretores”, explicou.



Oswaldo do Nascimento:

“O encontro se caracterizou por deixar mais claro quais são os passos que o setor pretende dar no Brasil, nos próximos períodos, alinhados com as tendências do mundo”

Nascimento também quer a FenaPrevi engajada nas questões de educação financeira “Da internet e redes sociais aos trabalhos com escolas e universidades, temos que ter papel de disseminador da educação financeira”, disse.

Entre os próximos desafios apresentados pelo novo presidente da FenaPrevi no evento, está uma participação mais ativa do setor nas discussões sobre a reforma da previdência. “O Brasil já fez algumas mudanças neste campo, mas ainda não completou a reforma, está no

meio do caminho. Nós precisamos participar dessas discussões”, afirmou. Outro desafio apontado por ele é a modernização da tributação, que precisa ser discutida com o Governo.

Futuro do setor

Ao avaliar os resultados do evento, o executivo destacou a participação, pela primeira vez, de um representante dos fundos de pensão (o presidente da Fundação de Previdência Complementar do Servidor Público Federal – Funpresp, Ricardo Pena Pinheiro) e os debates sobre o futuro do setor. “O encontro se caracterizou por deixar mais claro quais são os passos que o setor pretende dar no Brasil, nos próximos períodos, alinhados com as tendências do mundo”, afirmou.

Nascimento assumiu a presidência da FenaPrevi no lugar de Marco Antonio Rossi, presidente da Bradesco Seguros e Previdência, indicado à Presidência da CNseg, que participou da cerimônia de encerramento do encontro e destacou o trabalho das comissões técnicas da instituição durante sua gestão. “Queria agradecer o trabalho forte desenvolvido por todas as comissões técnicas, que é o que faz a FenaPrevi caminhar. Acho que tivemos muitos avanços na última gestão, graças ao trabalho de todos”, disse.

Participaram também do encontro o atual presidente da CNseg, Jorge Hilário Gouvêa Vieira; o presidente da FenSeg, Paulo Miguel Marraccini; o secretário extraordinário do Governo de Minas Gerais, Fuad Noman;

o ex-presidente do Sindicato das Seguradoras-RJ/ES, Luiz Tavares Pereira Filho; o deputado federal Jutahy Magalhães (PSDB-BA); e o desembargador Carlos Dultra Cintra, do Tribunal de Justiça da Bahia, além de representantes de diversas companhias do setor. ●

Susep exalta desempenho do setor

O diretor de Autorizações da Susep, Nelson Victor Le Cocq D’Oliveira, autor da palestra “O Desempenho do Mercado Segurador em 2012 e Projeções para 2013” afirmou que a expansão do mercado se deve principalmente a quatro fatores: dinamismo da oferta por parte das companhias, crescimento da renda, mudança do perfil da renda e revisão do patamar das taxas de juros. “O rompimento da barreira dos 4% de participação no PIB do ano passado mostra também uma mudança na mentalidade das pessoas em relação aos seguros”, acrescentou.

Ele ressaltou ainda que os principais fatores que contribuíram para o setor em 2012 continuam impulsionando a expansão também neste ano. Entretanto, além dos quatro vetores, lembrou que, em 2013, o fator regulatório ainda dará um estímulo a mais. “Este ano, as mudanças regulatórias para os microsseguros vão começar a gerar efeitos no desempenho do mercado”, estimou.



Conversas com líderes sustentáveis

O que aprender com quem fez ou está fazendo a mudança para a sustentabilidade.

Nunca um subtítulo foi tão adequado quanto o deste livro de Ricardo Voltolini, jornalista e especialista em planejamento de comunicação e marketing institucional e também diretor da Ideia Sustentável – Estratégia e Inteligência em Sustentabilidade.

Na primeira das três partes do livro, o autor contextualiza o ambiente mundial em sustentabilidade, os perfis dos líderes sustentáveis, suas atribuições, dilemas e o que há de comum – e de diferente – entre eles e os líderes convencionais.

O que têm a nos ensinar sobre sustentabilidade Peter Drucker (o mais importante filósofo de negócios de todos os tempos) e Peter Senge (professor do Massachusetts Institute of Technology e Muhamad Yunus, fundador do Gramenn Bank, o “banco dos pobres” de Bangladesh, e Prêmio Nobel da Paz em 2006)? E Zilda Arns, a nossa mártir criadora da Pastoral da Criança, a maior rede nacional de solidariedade, o que nos ensina?

Realmente um livro que se revela fascinante e brinda o leitor com apontamentos das entrevistas realizadas por Voltolini com líderes empresariais de primeira grandeza, que empreenderam ações sustentáveis em empresas no Brasil e no exterior.

Os entrevistados nos ensinam o quão importante foi para suas carreiras – e para seus negócios – a decisão de empreender ações



Conversas com Líderes Sustentáveis
Autor: Ricardo Voltolini
Editora Senac-SP, 2012,
250 páginas

Resenha por: José Fernando Baron
Analista de sistemas,
Pós-graduado em
Gestão Estratégica da
Informação pela UFMG
Gerente de Canais da
Sonda IT – Divisão de
Aplicativos

de sustentabilidade. Algumas destas empresas talvez nem existissem mais se a decisão fosse outra, assim como a carreira de alguns deles teria tomado rumos diferentes.

Quem poderia nos premiar com ensinamentos como: “Sustentabilidade, para nós, significa a autorização da sociedade para operar a partir da compreensão, percebida e não imposta, de que

os benefícios gerados pelo empreendimento compensam os impactos que ele traz?”

Na terceira parte, Voltolini ainda discorre sobre atributos e crenças na visão dos líderes em sustentabilidade, apoiado nas opiniões de empresários e executivos de renome nacional e internacional. Como nasceu a Fundação O Boticário de Proteção à Natureza? Quais seus objetivos? Quais os desafios e dificuldades enfrentadas para adotar uma política de gestão empresarial realmente sustentável? Um líder sustentável já nasce feito ou pode ser formado na escola? Quais as recompensas pessoais e profissionais decorrentes destas ações?

As respostas para estas e muitas outras perguntas estão neste livro, cuja leitura eu recomendo, independentemente da posição do leitor na hierarquia empresarial, pois as entrevistas mostram diversas ações sustentáveis que tiveram origem na base de algumas empresas.

Um nicho promissor à espera do seguro

Por
MÁRCIA ALVES

O público da terceira idade: eles são muitos, têm renda e estão dispostos a consumir produtos e serviços.

Não é por acaso que a indústria de turismo se esmera em atender o pessoal da terceira idade com roteiros e pacotes sob medida, descontos e atendimento diferenciado. Esse segmento descobriu que a faixa da população maior de 60 anos é numerosa (15 milhões de pessoas, 14% dos adultos), possui renda própria (R\$ 2,4 bilhões por ano, segundo pesquisa da Quórum Consultoria) e que adora viajar e comprar. "São pessoas ativas, que têm dinheiro, não moram sozinhas, em sua maioria, e influenciam nas decisões da família", revela Cláudio Silveira, consultor da Quórum.

A pesquisa realizada em São Paulo no ano passado com homens e mulheres entre 60 e 75 anos ajuda a traçar o perfil atual do idoso e a derrubar alguns mitos. A começar pelo conceito de "terceira idade" e "idoso", que a maioria dos entrevistados rejeita. A pesquisa também mostrou que o público é bastante ativo (65% exercem alguma atividade profissional) e exigente (68% escolhem produtos pela qualidade).

Um estudo divulgado pelo Instituto de

Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea) no início deste ano confirma que os trabalhadores estão se aposentando cada vez mais cedo, enquanto a expectativa de vida aumenta. "Em 20 anos vai haver um grande número de idosos, formados por pessoas nascidas entre 1950 e 1960, anos do baby boom. Essa geração se beneficiou da redução da mortalidade infantil e da queda da mortalidade materna, e ganhou mais expectativa de vida", diz a técnica do Ipea Ana Amélia Camarano.

O novo perfil da terceira idade

52% dos que têm 60 anos e 43% dos que têm 75 anos não se consideram da terceira idade

65% exercem atividade profissional

46% poupam parte de seus rendimentos

68% escolhem produtos pela qualidade

53% convivem com três ou quatro pessoas

65% são consultados em decisões da família

64% dos homens e 78% das mulheres vão ao médico de forma preventiva

34% dos homens e 46% das mulheres viajam sozinhos ou com amigos

Fonte: Quórum

"Essa geração (baby boom) se beneficiou da redução das mortalidades infantil e materna, e ganhou mais expectativa de vida"

Ana Amélia Camarano

Conselheiro de aposentadoria

Considerando que em 2020 mais de 30 milhões de pessoas farão parte desse grupo, muitos segmentos estão investindo nesse novo mercado. Os setores de alimentos, entretenimento, financeiro, educacional e outros mais voltados a serviços estão descobrindo o potencial desse público. Tanto que uma das profissões do futuro, apontadas em estudo da Delphi Profuturo, é a de conselheiro de aposentadoria, direcionada para pessoas que estão planejando se aposentar.

O Ipea apurou que, em 2030, a população brasileira deverá atingir seu pico, com 208 milhões de pessoas. Nos dez anos seguintes, o número de habitantes reduzirá para 205 milhões. Mas, se para a Previdência Social esse quadro representa um enorme desafio, para a iniciativa privada significa a responsabilidade de prover produtos e serviços adequados para um público majoritariamente de idosos.

Por enquanto, os brasileiros ainda poupam menos do que deveriam para viver bem na velhice. Um estudo sobre o futuro da aposentadoria, realizado pelo HSBC em vários países, incluindo o Brasil, mostra que a média dos brasileiros acredita que 31% dos rendimentos de sua aposentadoria virão do Estado e, para 37%, a pensão do Estado será uma fonte de renda importante. Outra tendência comprovada: a poupança para férias é priorizada em detrimento da poupança para a aposentadoria (49% contra 43%, respectivamente).

Educação financeira

O estudo do HSBC mostra que, entre aqueles que planejaram fazer poupança, com ajuda de profissionais ou por conta própria, 42% passaram a poupar mais. "As pessoas têm preocupação em aproveitar o presente, mas se esquecem do futuro. Não é preciso sacrificar um para ter o outro, basta reduzir um pouco os gastos. A solução está no planejamento", diz Gilberto Poso, superintendente de gestão do patrimônio do HSBC.

O Brasil é um dos países que mais gastam, proporcionalmente ao seu PIB, com os idosos, de acordo com os cálculos do presidente da FenaPrevi, Osvaldo do Nascimento. "O País não estimulou a poupança de longo prazo e hoje



ARQUIVO QUÓRUM



"A indústria seguradora tem um papel-chave na promoção da consciência de proteção para os riscos da velhice nos adultos jovens de hoje"

Margo Black

"São pessoas ativas (os idosos), que têm dinheiro, não moram sozinhas, em sua maioria, e influenciam nas decisões da família"

Cláudio Silveira

sofre as consequências. O mercado de seguros está trabalhando preventivamente para que a população tenha, lá na frente, condições de garantir sua proteção e saúde, conquistando mais qualidade de vida", diz.

Uma prova de que o setor está de olho na população mais longeva é o VGBL Saúde, que oferece incentivos fiscais para a acumulação de recursos destinados exclusivamente para gastos com saúde. A expectativa é de que o produto seja aprovado ainda neste ano.

Longevidade

“Não é preciso sacrificar o presente para ter o futuro, basta reduzir um pouco os gastos. A solução está no planejamento”

Gilberto Poso



ARQUIVO HSBC

formação de poupança, por meio de incentivos tributários, para que a população possa enfrentar os gastos com saúde”, diz.

No âmbito das empresas de seguros, começam a surgir produtos com o foco no público da terceira idade, caso do seguro de automóvel com desconto e serviços de assistência específicos – caso também dos seguros de viagem com cobertura mais abrangente. “O mercado tem voltado sua atenção para esse público, apresentando produtos que consideram o comportamento desse nicho de mercado e também formas diferenciadas no atendimento”, diz o presidente do Clube Vida em Grupo São Paulo (CVG-SP), Dilmo Bantim Moreira.

A diretora da Federação Nacional das Empresas de Resseguros (Fenaber), Margo Black, afirma que a indústria de resseguros tem um papel importante no apoio às seguradoras para o enfrentamento dos riscos da longevidade.

“A indústria seguradora tem um papel-chave na promoção da consciência de proteção para os riscos da velhice nos adultos jovens de hoje. E os resseguradores, que contam com atuários e subscritores de vida, podem contribuir com sua expertise no desenvolvimento de produtos adequados”, afirma. ●

Gastos com saúde

Segundo a FenaPrevi, um estudo da OMS indica que 80% dos gastos com saúde de uma pessoa ao longo da vida se concentram depois dos 75 anos. “Queremos estimular a

Atendimento à velhice em outros países

Alemanha

Em 2004, dez anos depois de o Governo ter criado o seguro compulsório público para cuidados de longa duração, 78% dos beneficiários tinham 65 anos ou mais. Hoje, o seguro é cofinanciado por empregadores e empregados, com taxa de 1,7% sobre os salários.

Austrália

O Governo incentiva as pessoas a adquirirem um seguro-saúde privado, com desconto de até 30% sobre o valor dos prêmios para coberturas hospitalares e tratamentos. A partir dos 65 anos, o desconto é de 35%, e aos 70, de 40%.

Canadá

O Long-Term Care Insurance oferecido pela iniciativa privada é complementar ao do Governo. As apólices não são padronizadas e os seguros combinam benefícios e cobertura de diferentes formas: para um período determinado, com possibilidade de renda em vida, e com cobertura para toda a família.

Estados Unidos

Hoje, 70% das pessoas que têm seguros privados dependem do empregador para seu financiamento. O Health Saving Accounts (HSAs) é uma alternativa ao seguro e possibilita o pagamento das despesas de saúde atuais ao mesmo tempo em que se forma uma poupança futura, livre de impostos.

Fonte: Agência Nacional de Saúde Suplementar (ANS) – Relatório “Experiências de financiamento da saúde dos idosos em países selecionados”



O papel estabilizador do seguro

A necessidade de seguro está aumentando devido às implicações provocadas pela mudança climática e pelo envelhecimento da população.

Por
ANTHONY
KENNAWAY

“A reputação do mercado dependerá de seu desempenho na administração de sinistros, enquanto sua função de estabilizador será menos considerada e discutida”

ANTHONY KENNAWAY
é responsável pela
Comunicação da
Associação de Genebra

No final do ano passado, o Furacão Sandy atingiu a costa Leste dos E.U.A., devastando uma parte densamente povoada do mundo desenvolvido e, com isso, concentrou toda atenção na conduta e na atuação do seguro e dos seguradores. Aconteça o que acontecer, a reputação do mercado dependerá, novamente, de seu desempenho na administração de sinistros, enquanto o papel mais macro do seguro como um estabilizador de pessoas físicas e jurídicas e das economias será muito menos considerado e discutido.

No entanto, qualquer luz dá ensejo à esperança, especialmente um editorial do Financial Times, “Praise to Insurers” (“Louvor aos Seguradores”), de 9 de novembro de 2012, que descreve como o seguro está ajudando as vítimas do Furacão Sandy. “Ao lado da tecnologia, o seguro é uma das maiores invenções da humanidade para se ficar imune ao domínio da natureza e à vulnerabilidade em relação aos atos de Deus”. É mesmo verdade, e a necessidade de seguro está aumentando, em particular, devido às implicações e aos custos crescentes provocados pela mudança climática e pelo envelhecimento da população.

O jornal diz ainda que “boa regulamen-

tação é essencial” se o seguro continuar a desempenhar este importante papel. Correto novamente, mas há integrantes de comunidades políticas e regulatórias que acreditam que as seguradoras devem ser regulamentadas como os bancos. Eles não reconhecem o dano potencial que as despesas de capital mais altas ou restrições desnecessárias sobre as atividades do mercado causarão ao papel estabilizador do seguro para indivíduos e economias.

Vale registrar que nenhum segurado foi afetado por omissão do seguro durante a recente crise financeira e muitos poucos foram afetados durante a última crise. De acordo com Teri Vaughan, CEO da US National Association of Insurance Commissioners, “...a história tem revelado que, com seu foco no valor de longo prazo e não no valor de mercado de curto prazo, as seguradoras não sofrem as mesmas pressões para vender em um mercado em baixa, e elas estão, em geral, entre os primeiros setores a começar a comprar. Portanto, elas não contribuem para a instabilidade, ao contrário, podem exercer um papel estabilizador.”

O que isto revela é importante para o mercado de seguros ressaltar suas muitas conquistas e contribuições e promover um melhor entendimento sobre seu funcionamento. O primeiro obstáculo para os seguradores é certificar-se de que aqueles que estão redigindo a próxima série de leis de risco sistêmico o façam com este papel fundamental (e crescente) em mente. Este não é o momento de se omitir – pode-se mesmo dizer que a própria natureza do seguro e a capacidade do mercado de transmitir valor real estão em jogo. O mercado deve continuar a defender sua posição, e de forma clara. ●



CNSP aprova resoluções para regular capital supervisionado

Na prática, as mudanças se traduzem no estabelecimento de novos requerimentos de capital, baseados nos diversos riscos do mercado.

Por
SUZANA
LISKAUSKAS

Na última semana de janeiro, o mercado brasileiro de seguros avançou mais um passo para estar em linha com as melhores práticas internacionais de supervisão baseada em risco. Nesse período, o Conselho Nacional de Seguros Privados (CNSP) aprovou o conjunto de resoluções propostas pela Superintendência de Seguros Privados (Susep) que completam a regulação dos requerimentos de capital do mercado supervisionado pela autarquia – seguros, resseguros, capitalização e previdência complementar aberta.

Na prática, as mudanças se traduzem no estabelecimento de novos requerimentos de capital, baseados nos riscos de subscrição para operações de vida e previdência; risco de subscrição para operações com títulos de capitalização; risco operacional, além da obrigatoriedade de apuração do risco de mercado até 2014. Houve ainda uma modificação na forma de cálculo do capital mínimo requerido, que passa a ser o maior valor entre o capital-base e o capital de risco.

Critérios próprios

Entre as alterações, as empresas passam a ter o direito de submeter critérios próprios de

cálculo do capital para prévia autorização pela Susep. Neste novo cenário, será exigido que as seguradoras complementem seu capital em cerca de R\$ 3 bilhões, sendo que quase metade desse montante deverá ser proveniente da reclassificação de algumas provisões técnicas, que foram constituídas para suportar riscos agora abrangidos pelas novas regras de capital.

“Na prática, houve modificação na forma de cálculo do capital mínimo requerido, que passa a ser o maior valor entre o capital-base e o capital de risco. A autarquia também passou a admitir que as empresas submetam critérios próprios



Fernanda Chaves: “O cliente ganha com a segurança, mas pode sofrer com a falta de oferta em alguns ramos ou o aumento dos preços”

de cálculo do capital para prévia autorização pela Susep”, explica Danilo Claudio da Silva, diretor Técnico da Susep.

Essa regulamentação, segundo Danilo Silva, está fundamentada em princípios que buscam incentivar as seguradoras a adotarem melhores práticas de gestão de riscos. “O objetivo é reduzir ou controlar a exposição da empresa dentro do ambiente de negócios em que esteja inserida. Colocar o mercado segurador em um patamar de solvência é a principal proposta dessas mudanças, o que certamente irá se refletir em um interesse maior por parte dos potenciais investidores e acionistas”, ressalta.

Alterações bem-vindas

Alexandre Leal, Superintendente de Regulação da CNseg, diz que as alterações são bem-vindas para a indústria de seguros brasileira, pois coloca o Brasil em linha com as padronizações que entraram em vigor, recentemente, no mercado internacional de seguros, como, por exemplo, as recomendações da Associação Internacional dos Supervisores de Seguros (IAIS) e as diretivas do projeto Solvência II da União Europeia.

“É inevitável fazer esta convergência, seguindo as organizações internacionais que recomendam a ação de padrões. As mudanças vêm sendo implementadas sem dificuldades pelo setor e vão colocar o Brasil em sintonia com outros mercados. Mas, como as mudanças são recentes, não há ainda como medir o impacto que causarão no mercado interno”, completa Leal.

Danilo Silva explica que toda a estrutura conceitual desse conjunto de regulamentações pode ser encontrada nas recomendações da IAIS e no Projeto de Solvência II da UE. Segundo ele, esses mesmos princípios encontram-se também inseridos no contexto das diretivas retratadas no acordo Basileia II (BCBS, 2004). Este acordo é voltado para instituições do mercado financeiro internacional e atualmente conta com mais de 100 países signatários, incluindo todos os países do G10 e o Brasil.

“Além disso, dada a participação do Brasil como membro da IAIS, a Susep, em conjunto com o Conselho Nacional de Seguros Privados (CNSP),



FOTOS ARQUIVO CNSEG

Alexandre Leal: “As mudanças vêm sendo implementadas sem dificuldades pelo setor de seguros brasileiro e vão colocar o Brasil em sintonia com outros mercados”

tem desenvolvido um arcabouço regulatório que busca convergência com essas melhores práticas de gestão de riscos”, acrescenta Danilo Silva.

Solidez financeira

Do ponto de vista do consumidor, o diretor Técnico da Susep diz que a manutenção de um mercado em que as seguradoras possuam solidez financeira é uma garantia fundamental para que os consumidores tenham confiança no cumprimento de seus contratos. “Isso é um fator essencial para o crescimento da participação do mercado segurador no PIB”, destaca.

Por outro lado, há o risco de o consumidor pagar mais caro por produtos do mercado de seguros, uma vez que as seguradoras terão que ser mais competitivas e, para manter um nível de rentabilidade, tenham, talvez, que abrir mão de alguns produtos menos atraentes no mercado.

Fernanda Chaves, gestora do Núcleo de Estudos e Projetos da CNseg, chama a atenção para a avaliação do capital. Segundo ela, se for alto demais, há o risco de alguns produtos chegarem ao mercado com preços mais altos ou até ficarem indisponíveis. “O cliente ganha com a segurança, mas pode sofrer com a falta de oferta em alguns ramos ou o aumento dos preços”, observa. ●

“O objetivo é reduzir ou controlar a exposição da empresa dentro do ambiente de negócios em que esteja inserida”

Danilo Silva



Criado o Dia do Ouvidor, função que existe desde o Império

A data de 16 de março foi escolhida por coincidir com a data de criação da primeira entidade do gênero no Brasil.

Por
LARISSA MORAIS

Arotina não é fácil: atender às mais diferentes reclamações de consumidores invariavelmente aborrecidos. A missão é tentar resolver os problemas considerando o ponto de vista do consumidor, mas também o aparato jurídico que toda contratação de serviço envolve. Assim é a vida atribulada de um ouvidor, profissional que agora tem um dia comemorativo: 16 de março, celebrado este ano pela primeira vez.

A ideia de criar o Dia do Ouvidor constava num Projeto de Lei de 2007, do deputado federal Geraldo Thadeu (PPS-MG), que em maio do ano passado foi transformado pela presidente Dilma Rousseff na Lei Ordinária 12632/2012. A data foi escolhida porque coincide com a criação da Associação Brasileira de Ouvidores/Ombudsman (ABO), em João Pessoa, na Paraíba, a primeira organização do gênero no Brasil. No dia anterior, 15 de março, é comemorado mundialmente o Dia do Consumidor.

“A lei é uma motivação a mais para que esse profissional siga desenvolvendo um trabalho que tem uma função social de grande relevância e contribui para a cidadania participativa”, comentou o presidente da seccional Rio da ABO, Rui Barros Maldonado.

“O ouvidor tem que ser justo”

“O ouvidor precisa ouvir e compreender a demanda do consumidor. Cabe a ele, antes de mais nada, ser justo”. A afirmação é de Mário Teixeira de Almeida Rossi, que preside a Comissão de Ouvidoria da CNseg desde sua criação, em 2005. Rossi, que é Defensor do Segurado (uma tipo de ouvidor com poderes ampliados) da Mapfre Seguros Gerais, afirmou que a criação do Dia do Ouvidor representa um importante reconhecimento do Congresso quanto à relevância desse profissional.

Como é o dia a dia de um ouvidor? É estressante?

É um dia a dia de altos e baixos. Às vezes é estressante, sim, porque quando chega ao ouvidor o consumidor já recorreu a outros canais de atendimento, como o SAC, e não se sentiu atendido. Normalmente, ele já está irritado.

Que tipos de demandas são mais recorrentes?

Demora no pagamento de algum sinistro, discordância de um valor pago. Outras vezes, há falta de entendimento de alguma cláusula. Nesses casos, quando percebe que há uma dúvida recorrente, o ouvidor deve informar à diretoria da empresa, contribuindo para a melhoria dos processos da companhia.

Qual sua avaliação sobre criação do Dia do Ouvidor?

A lei é um reconhecimento da importância da função de ou-



SHUTTERSTOCK

“A lei é uma motivação a mais para que o profissional siga com seu trabalho que tem uma função social relevante e contribui para a cidadania participativa”

Rui Maldonado

Longa história

O cargo de ouvidor tem uma história já longa no País. De acordo com pesquisa da Secretaria de Fazenda de Pernambuco, na época das Capitânicas Hereditárias os Governos gerais já tinham ouvidores. Indicados pelo rei de Portugal, eles tinham amplos poderes, como o de criar e promulgar leis. Também eram incumbidos de ouvir e intermediar reclamações e reivindicações da população sobre improbidades do Governo.

A primeira Ouvidoria Pública do Brasil, ainda segundo dados da secretaria pernambucana, foi criada em 1986, em Curitiba. Já a ABO, que reúne ouvidores do serviço público e de empresas privadas, é de 1995. Outro

marco dessa história é a criação do Código de Defesa do Consumidor, em 1990.

Para o mercado de seguros, o divisor de águas foi a Resolução 110 da Superintendência de Seguros Privados (Susep), incentivando a criação de ouvidorias para o setor em 2004 – tornadas obrigatórias este ano por meio da Resolução 279. Em paralelo, o próprio mercado foi contribuindo para consolidar suas relações com o consumidor, a partir de iniciativas como a criação da Comissão de Ouvidoria, em 2005, e da Comissão de Relações de Consumo, de 2009; além do lançamento do site Tudo Sobre Seguros, em 2011, e do Guia de Ouvidorias, no ano seguinte. ●

vidor pelo Congresso Nacional. O papel do ouvidor se fortalece perante a sociedade.

Como está o mercado de seguros, quanto à criação de ouvidorias?

Mesmo antes da obrigatoriedade, a partir de janeiro, a maioria das seguradoras já tinha sua ouvidoria, estimulada por uma resolução da Susep de 2004.

Que outras mudanças traz essa norma da Susep?

A mais importante é que o ouvidor não pode exercer outro cargo na empresa. A determinação visa garantir a isenção do ouvidor, mas trouxe dificuldades para algumas empresas menores. A

“A lei é um reconhecimento da importância da função de ouvidor pelo Congresso Nacional. O papel do ouvidor se fortalece perante a sociedade”

Mário Rossi

resolução reduz de 30 para 15 dias o prazo máximo para a solução de problemas e estabelece um limite de alçada de R\$ 100 mil. Quer dizer que o ouvidor pode determinar um pagamento antes negado até este valor.

Qual é o maior desafio do ouvidor?

É preciso entender a reclamação apresentada e ver se é possível atendê-la, e se colocar no lugar do segurado, mas atuando dentro dos limites da cobertura contratada. Cada demanda deve ser interpretada à luz do contrato, mas também dos Códigos Civil e de Defesa do Consumidor. É preciso ser justo – é isso que dá credibilidade a um ouvidor.



CNseg faz seminário em parceria com Cambridge

Parceria com a universidade londrina e carta do Príncipe Charles destacam ações do mercado de seguros em prol da sustentabilidade.

Por
SÔNIA ARARIPE

A Confederação Nacional das Empresas de Seguros Gerais, Previdência Privada e Vida, Saúde Suplementar e Capitalização (CNseg), em parceria com a Escola Nacional de Seguros (ENS) oferecerá aos membros do seu Conselho Diretor o Seminário Executivo do Programa de Liderança em Sustentabilidade com a renomada Universidade de Cambridge (CPSL, sigla em inglês).

O Programa ocorrerá em junho próximo, no Rio de Janeiro, com a participação de acadêmicos de Cambridge e líderes do mercado global de seguros. A proposta da CNseg é proporcionar aos membros do seu Conselho Diretor um encontro de alto nível no Brasil, sem custo para as empresas participantes, pois entende que o engajamento do setor agregará valor à instituição de seguro, previdência privada complementar aberta e capitalização.

Carta real

E ninguém menos do que o Príncipe Charles, herdeiro do trono britânico, enviou carta ao presidente da CNseg, Jorge Hilário Gouvêa Vieira, enaltecendo as ações de sustentabilidade realizadas pela Confederação. O príncipe o cumprimentou pelos esforços da CNseg em prol da

sustentabilidade e do combate ao aquecimento global, por meio da participação da Confederação na ClimateWise, e da parceria com o Programa de Liderança em Sustentabilidade de Cambridge, do qual o príncipe é patrono.

“Quando líderes seniores da indústria de seguros se reuniram há cinco anos a meu convite, e anuíram na criação dos Princípios ClimateWise, enxerguei uma oportunidade para que a indústria utilizasse sua expertise técnica em riscos para assinalar os custos dos riscos climáticos para a economia. Muito foi feito desde então”, afirma o Príncipe Charles na carta. Na mensagem, ele também adverte para os efeitos drásticos das mudanças no clima no degelo do Ártico e na Amazônia, conclamando o mercado segurador a assumir papel de liderança no combate aos efeitos drásticos do aquecimento global.

A diretora executiva da CNseg, Solange Beatriz Palheiro Mendes, destaca a relevância destes fatos. “Tanto o Programa de Liderança da Universidade de Cambridge, como o envolvimento do mercado no trabalho dos riscos climáticos, o que resultou na mensagem do Príncipe Charles, confirmam nosso compromisso em praticar a sustentabilidade no dia a dia”, afirma.

Novo treinamento

Solange Beatriz lembra que empresas de grande porte e vários Governos já participaram deste Programa de Liderança em Sustentabilidade da Universidade de Cambridge, como o Banco Mundial, Lloyds Banking Group, Nestlé e o Governo chinês. Segundo ela, a parceria com a Universidade de Cambridge, customizada para a realidade brasileira, será desdobrada em nova turma, voltada para a gerência de todas as áreas do mercado.

“É muito importante que os executivos brasi-

leiros tenham uma reserva de conhecimento sobre o que há de mais avançado no diálogo sobre sustentabilidade no mundo”, diz ela, ressaltando que, embora se trate de um processo muito novo, ainda em construção, significará uma semente lançada para avançar na mudança”, frisa.

A expectativa da superintendente é que o mercado segurador trilhe experiência tão rica e relevante na construção e prática da sustentabilidade, como parte de seu planejamento estratégico, como o segmento bancário. “O programa Princípios para Investimento Responsável, o chamado PRI, é um exemplo para ser estudado. O mercado segurador está muito empenhado na implantação dos Princípios para Sustentabilidade em Seguros (PSI, sigla em inglês), o programa nesta mesma linha voltado para nossa atividade. Precisamos estar preparados para estes novos tempos”, reforça a diretora executiva.

Solange Beatriz prevê que os riscos socioambientais, que já são considerados pelos bancos na hora de conceder empréstimos, também deverão, em breve, passar a ser monitorados. “Acredito que a autoridade do mercado segurador, a Susep, poderá até normatizar sobre o tema”, diz.

Caminhoneiro seguro

A CNseg promoveu a produção de um game chamado “Caminhoneiro Seguro”, dirigido aos jovens. O lançamento aconteceu no final de 2012, durante a cerimônia de entrega do Prêmio Antonio Carlos de Almeida Braga de Inovação em Seguros, também promovido pela Confederação Nacional das Seguradoras, que destacou ações sustentáveis no cotidiano das seguradoras.

O jogo, voltado para o público infanto-juvenil, tem feito sucesso. O projeto foi desenvolvido pela Guanabara Games durante seis meses, tem cenário 3D e conta com três fases representando estradas brasileiras. Duas estações do jogo foram instaladas na comunidade Santa Marta, na Zona Sul do Rio, e podem ser jogadas gratuitamente por crianças e jovens.

“Queremos democratizar e disseminar estas informações de forma lúdica, como se fossem curiosidades”, afirma a diretora executiva da CNseg, lembrando que há todo um esforço também neste sentido com o lançamento de diversas modalidades de microseguros. ●



ARQUIVO CNSEG

O príncipe Charles enviou carta cumprimentando os esforços da CNseg em prol da sustentabilidade, em função da participação na ClimateWise, entidade da qual o príncipe é patrono



Consumidor é o alvo da autorregulação dos bancos

Febraban compartilha resultados do processo direcionado a melhorar relacionamento com clientes e órgãos de defesa do consumidor.

Por
MÁRCIA ALVES

No que depender do segmento de bancos, os órgãos de defesa do consumidor receberão cada vez menos demandas de seus clientes. A Federação Brasileira de Bancos (Febraban) tem investido, desde 2007, na implantação do Sistema de Autorregulação Bancária, que, entre outras ações, inclui a oferta de canais diversos para o recebimento de demandas de consumo, monitoramento e mensuração dessas demandas por meio de indicadores, padronização da comunicação com o cliente e criação de um setor exclusivo para o relacionamento com os órgãos de defesa do consumidor.

“O objetivo dessas iniciativas é mudar a imagem do setor perante os órgãos de defesa do consumidor e, ainda, melhorar a qualidade do atendimento dos bancos aos clientes”, disse Gustavo Marrone, diretor de Autorregulação da Febraban, em sua participação na 1ª Palestra do Ciclo de Ouvidorias, realizada dia 27 de fevereiro, no auditório do Sindicato das Seguradoras de São Paulo (Sindseg-SP). O evento foi coordenado pelas Comissões de Ouvidoria e Relações de Consumo da CNseg e contou com a participação de Sérgio Gianella, diretor da Febraban.

Sequelas da Adin

Gustavo Marrone contou que o tema ‘relacionamento com o cliente’ entrou na agenda do setor bancário depois de um episódio marcante ligado à entrada em vigor do Código de Defesa do Consumidor, na década de 90. Segundo ele, na época, o setor financeiro questionou na Justiça a aplicação da Lei do Consumidor, por meio de uma ação direta de inconstitucionalidade (Adin). “Aquela contestação criou sequelas que persistem até hoje em nosso relacionamento com órgãos de defesa do consumidor”, disse.

Depois do desfecho da Adin, em 2006, a Febraban decidiu suprir o déficit com os órgãos de defesa do consumidor, por meio da criação de uma nova estrutura de relacionamento. A contratação de especialista da área técnica para iniciar o trabalho de relacionamento com os órgãos do consumidor, em 2007, foi o primeiro passo para a criação, no ano seguinte, do Sistema de Autorregulação, em vigor desde 2009.

Segundo Marrone, custou muito esforço mudar a visão dos órgãos de defesa do consumidor em relação ao setor bancário. “Os Procons tratam da patologia, daquilo que deu errado, que é apenas uma pequena parcela do negócio”, observou. Ele conta que a mudança começou a partir de ações afirmativas, que mostravam o



lado positivo do setor. A principal foi a própria criação do Sistema de Autorregulação, que conta, atualmente, com a adesão voluntária de 18 bancos, que representam 90% do setor.

Outra iniciativa positiva foi a criação de um selo de autorregulação, que ainda não foi lançado oficialmente. Por hora, o grau de adequação dos bancos aderentes às regras está em torno de 90. “Lançaremos o selo quando tivermos um grau ainda maior de adequação para não comprometer sua credibilidade”, justificou.

Demandas no Procon

A autorregulação bancária é estabelecida por normativas, dos números 1 ao 8, editadas a partir de 2008. A primeira trata dos princípios de relacionamento com o cliente. A normativa 2 envolve o encerramento de conta bancária, um problema que durante anos gerou demandas nos Procons. “Hoje, esse problema inexistente. Um sinal de que a normativa está funcionando”, afirmou.

A normativa 3 surgiu em função do decreto do SAC, seguindo as orientações da Secretaria Nacional do Consumidor (Senacon). Sérgio Gianella informou que, atualmente, o SAC está entrando em sua segunda fase, na qual a métrica ‘prazo de atendimento’ foi substituída pela ‘resolutividade’.

Uma das soluções criativas da Febraban para se relacionar com seus clientes pelo canal internet e concorrer com o site ‘Reclame Aqui’ foi a criação do ‘Conte Aqui’, regulamentado pela normativa 7, semelhante a um canal de denúncias, que atende pelo 0800 e internet as queixas de clientes contra bancos, não resolvidas por outras instâncias.

Script único

Um dos resultados do trabalho da Ouvidoria foi a padronização da Unidade de Resposta Auditável (URA), que passou a seguir um script único em todo o sistema, desde a numeração das opções de atendimento até a inclusão de pesquisa de satisfação por atendente e por resolutividade.

Uma das novidades apresentadas e classificada por Marrone como ‘a cereja do bolo’, é a criação do crédito responsável, que disciplinará toda a parte de publicidade, oferta, contratação e tratamento das pessoas endividadas. Ainda em fase de construção, a norma contou com a colaboração do professor Ricardo Morishita, ex-diretor do Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor (DPDC). “É uma proposta ousada e, se aprovada, talvez seja a maior contribuição que os bancos poderão oferecer à sociedade”, disse. ●

Parceria: evento coordenado pelas Comissões de Ouvidoria e Relações de Consumo da CNseg contou com a participação de diretores da Febraban

Três anos passam muito depressa

Ao longo deste tempo, o setor cresceu, chegaram novos players, surgiram novos produtos, novos nichos e desafios.

“Com a sinistralidade elevada e os juros em queda, várias seguradoras vivem o pior dos cenários, qual seja, o aumento das despesas e a queda da remuneração”

Faz três anos que Jorge Hilário Gouvêa Vieira assumiu a presidência da CNseg, a Confederação Nacional das Seguradoras.

Ao longo deste tempo, o setor cresceu, chegaram novos players, surgiram novos produtos, novos nichos e desafios. Não foram anos tranquilos. Pelo contrário, na medida em que o setor cresceu e se redesenhou, as exigências se sofisticaram.

O desenho das seguradoras passou por profundas modificações. Atualmente, o mercado é composto por três grandes grupos ligados aos maiores bancos do País, por seguradoras de bancos e independentes, nacionais e internacionais. O setor de resseguros também passou por mudanças importantes.

Ainda é de se esperar intensa movimentação do lado das seguradoras, já que alguns grandes bancos não saíram a campo, companhias estão sendo vendidas, outras estão se consolidando, outras

focando áreas específicas e outras chegando.

No campo do resseguro, o processo de privatização do IRB avança e ele terá impacto em toda a atividade, uma vez que, em função de ações desencadeadas durante a gestão de Jorge Hilário à frente da CNseg, o Governo recuperou para o IRB uma grande fatia dos prêmios de resseguros que havia saído das mãos do antigo ressegurador brasileiro.

Foram momentos tensos. Pelo próprio desenho, as empresas vinculadas à CNseg não têm um padrão operacional que lhes permitisse fechar em bloco contra ou a favor das modificações na operação de resseguro implantadas pelo Governo. Cada uma tinha um interesse a ser defendido e o desenho feito pela Susep não tinha como agradar da mesma forma a todos os interessados.

Mas a ameaça de uma enorme tempestade foi debelada e em seu lugar veio apenas mar grosso, destes em que o barco chacoalha, mas não vira. O responsável por isso foi o presidente da CNseg. Com grande conhecimento do setor e larga experiência profissional, Jorge Hilário Gouvêa Vieira evitou uma ruptura que poderia ter consequências

dramáticas para o futuro da atividade.

Jorge Hilário também capitaneou conversas difíceis, conseguindo manter a pujança da atividade. Entre elas, vale destaque o posicionamento referente a uma tarifa única para riscos de petróleo, bem como a luta contra uma tarifa-padrão para os seguros de responsabilidade civil.

Num balanço isento, sua gestão foi positiva para o mercado. ●



DIVULGAÇÃO

ANTONIO PENTEADO MENDONÇA - Jornalista e especialista em seguros e previdência

Vem aí mais uma edição do Prêmio Antonio Carlos de Almeida Braga de Inovação em Seguros



**Aguarde
novas informações
em breve**

**LÍDER NO
FORNECIMENTO DE
SOLUÇÕES EM
CARTÕES PLÁSTICOS,
SISTEMAS DE
IDENTIFICAÇÃO E
GESTÃO DE SERVIÇOS
GRÁFICOS DE
SEGURANÇA**



A FORÇA DA VALID ESTÁ AQUI: NAS SOLUÇÕES DESENVOLVIDAS SOB MEDIDA PARA CADA MERCADO, PARA CADA CLIENTE. SERVIÇOS E PRODUTOS QUE PREZAM PELA QUALIDADE DESDE A ESCOLHA DA MATÉRIA PRIMA ATÉ A ENTREGA DA PRODUÇÃO FINAL. DE PONTA A PONTA, UM PROCESSO MONTADO PARA ATENDER AS MAIS ALTAS EXPECTATIVAS.

CENTRO CORPORATIVO - RIO DE JANEIRO, RJ
Avenida Presidente Wilson, 231 - 16º Andar - Centro
Rio De Janeiro, RJ - CEP: 20030-905 | (21) 2195-7200

ESCRITÓRIO COMERCIAL - SÃO PAULO, SP
Avenida Paulista, 1.000 - Térreo - Bela Vista
São Paulo, SP - CEP 01310-100 | (11) 2575-6800

VALID

www.valid.com.br