

REVISTA DE SEGUROS

• O QUE VAI DEFINIR O CENÁRIO DO TRABALHO NO BRASIL EM 2050, SEGUNDO ESTUDO DA COPPE

• EDUCAÇÃO DE BASE E CAPACITAÇÃO: PILARES PARA A RETOMADA DO CRESCIMENTO NO PAÍS

• LEI ABRE OPORTUNIDADE PARA SETOR DE SEGUROS ASSUMIR A VANGUARDA DA PROTEÇÃO DE DADOS

GOVERNANÇA E COMPLIANCE GERAM VALOR, PROTEÇÃO E PERENIDADE DAS EMPRESAS



CONHEÇA AS FERRAMENTAS DE GESTÃO QUE FAZEM A DIFERENÇA AO ALIAR ÉTICA E BOA REPUTAÇÃO



SUA PÓS EM 1 ANO!

MBA EXECUTIVO EM NEGÓCIOS DE SEGUROS

- Formação em gestão
- Melhor custo-benefício
- *Coaching* especializado
- Presencial e/ou EaD



EM BREVE EM EaD.

Inscrições Abertas!

RIO DE JANEIRO E SÃO PAULO - INÍCIO: 22 DE OUTUBRO

ENS.EDU.BR/MBAS



Condições especiais para
empresas conveniadas.



Dúvidas e informações:
Rio de Janeiro - (21) 3380-1524 / 1531
São Paulo - (11) 2739-1029 / 1059
posgraduacao@ens.edu.br



ESCOLA NACIONAL de SEGUROS



6

ENTREVISTA

Para o coordenador do Laboratório do Futuro/Coppe, Jano de Souza, o Brasil ainda não dá a devida atenção às mudanças em curso no mundo do trabalho.

8

GOVERNANÇA & COMPLIANCE

Ferramentas modernas de gestão, além de alinhar condutas e garantir o atendimento a padrões éticos, geram valor, proteção e perenidade para as empresas.

14

VOLTAR A CRESCER

A retomada da economia brasileira, que só deve acontecer em 2022, enfrentará problemas com a falta de investimentos e de qualificação profissional.

16

DEBATE COM A SOCIEDADE

A despeito de ostentar números pujantes em plena crise, o mercado de seguros ainda depende de ser inserido nas pautas públicas para deslanchar no País.



24

EVENTO FENAPREVI

IX edição do Fórum Nacional de Seguro de Vida e Previdência Privada debateu o atual cenário econômico e os novos caminhos para a proteção social no País.

30

INVENTÁRIO DE DADOS

CNseg transforma os dados do mercado em informações de qualidade para embasar discussões e cumprir sua função de representar o setor perante os órgãos governamentais.

36

LEI CIBERNÉTICA

O presidente Michel Temer sancionou em 14 de agosto a legislação brasileira que define a proteção de dados pessoais de usuários de internet no País.

40

SAÚDE SUPLEMENTAR

Segmento discute várias propostas com vistas a reduzir a escalada de custos e promover a sonhada sustentabilidade no sistema de saúde.



44

CAPITALIZAÇÃO

No âmbito do Programa de Educação em Seguros, FenaCap lança campanha institucional voltada para o consumidor final que estimula o consumo consciente.



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

PRESIDENTE

Marcio Serôa de Araujo Coriolano

1º VICE-PRESIDENTE

Jayne Brasil Garfinkel

VICE-PRESIDENTES NATOS

Edson Luis Franco, João Francisco Silveira Borges da Costa,
Marcos Renato Coltri e Solange Beatriz Palheiro Mendes

VICE-PRESIDENTES

Gabriel Portela Fagundes Filho, Mario José Gonzaga Petrelli
e Osvaldo do Nascimento

DIRETOR NATO

Luiz Tavares Pereira Filho

DIRETORES

Alexandre Malucelli, Antonio Eduardo Márquez de
Figueiredo Trindade, Eduard Folch Rue, Fernanda
Camargo Cortese, Francisco Alves de Souza, Gabriela
Susana Ortiz de Rozas, João Alceu Amoroso Lima, Jorge
Hilário Gouvêa Vieira, Luiz Fernando Butori Reis dos
Santos, Marcelo Mancini Peixoto, Nilton Molina, Pedro
Cláudio de Medeiros B. Bulcão, Pedro Pereira de Freitas,
Vinicius José de Almeida Albernaz e Wilson Toneto

REVISTA DE SEGUROS

Véículo de notícias de interesse do mercado segurador

EDITORA-CHEFE

Ângela Cunha – MTb/RJ12.555

EDITOR EXECUTIVO

Vagner Ricardo

ORIENTAÇÃO EDITORIAL

Alexandre Henriques Leal Neto, Ângela Cunha, Luiz
Tavares Pereira Filho, Marcio Serôa de Araujo Coriolano,
Solange Beatriz Palheiro Mendes e Vera Soares

COORDENAÇÃO EDITORIAL

Via Texto Agência de Comunicação
viatexto@viatexto.com.br
21 - 2262.5215

JORNALISTA RESPONSÁVEL

Vânia Mezzonato – MTb 14.850

REVISÃO

Claudia Mara Alcon dos Santos e Vagner Ricardo

COLABORADORES

André Felipe Lima, Bianca Rocha, Carmen Nery, Chico
Santos, Francisco Luiz Noel, João Maurício Carneiro,
Luciana Calaza, Letícia Nunes, Márcia Alves, Maria Luisa
Barros, Ricardo Miranda, Sonia Apolinário, Suellen Salomão
e Vânia Mezzonato

FOTOGRAFIA

Arquivo CNseg, banco de imagens Google e divulgação
de empresas

PROJETO GRÁFICO

Lemon Comunicação & Conteúdo

DIAGRAMAÇÃO

Tapioca Comunicação

REDAÇÃO E CORRESPONDÊNCIA

Superintendência Executiva de Comunicação
e Imprensa - CNseg
Claudia Mara e Rodolfo Campos
Rua Senador Dantas, 74/12º andar - Centro
Rio de Janeiro/RJ - CEP. 20031-205 - Tel. (21) 2510.7777
www.cnseg.org.br
E-mail: revistadeseguros@cnseg.org.br
Escritório CNseg/Brasília
SCN/Quadral/Bloco C
Ed. Brasília Trade Center – salas 1601 a 1612

GRÁFICA

Walprint

DISTRIBUIÇÃO

Serviços Gerais/CNseg

PERIODICIDADE

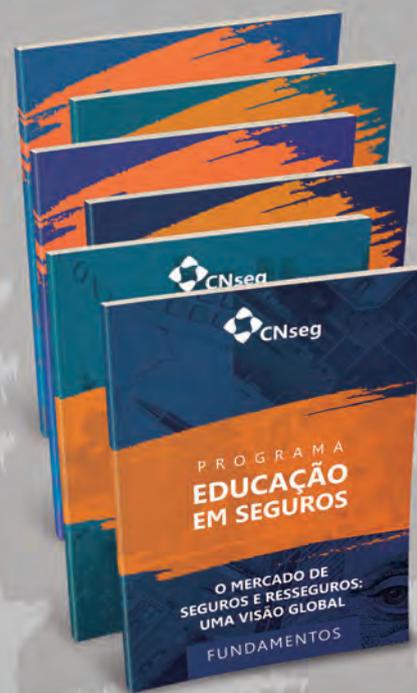
Trimestral

CIRCULAÇÃO

Impresso: 2.500 exemplares
Digital: 3.500 destinatários

DISTRIBUIÇÃO GRATUITA

**Conheça os livretos
do Programa de
Educação em
Seguros publicados
pela Confederação
Nacional das
Seguradoras**



**UTILIZE O QR-CODE
PARA VISITAR O
SITE, LER E BAIXAR
OS EXEMPLARES**





VALORIZAÇÃO DAS MELHORES PRÁTICAS NA GESTÃO DOS NEGÓCIOS

Ao mesmo tempo em que publicamos esta edição da Revista de Seguros, encontra-se no prelo o novo livreto sobre “Governança, Risco e Compliance no Setor de Seguros”, que integra o Programa de Educação em Seguros da CNseg. A publicação trata da matéria de capa deste número da revista. Afinal, o destaque é devido porque são temas mundialmente em voga e que dizem respeito à segurança e perenidade das organizações, conformados por modelos que ensejam o relacionamento sadio e equilibrado entre elas e seus stakeholders, bem como que devem obedecer às melhores práticas de compartilhamento de gestão dos negócios das empresas e entidades privadas e públicas.

É para debater esse destacado assunto que, nesta edição, revezam-se estudiosos e executivos do setor de seguros, esclarecendo os antecedentes do atual marco regulatório e práticas da governança e do compliance, os momentos mais importantes que conduziram ao atual estágio desses atributos da administração, e avaliando a sua aderência aos métodos empregados pelas companhias do setor de seguros brasileiro.

Em reportagem importante é apontado também o papel fundamental dos planos e seguros de saúde complementar para o atendimento da população e, mais uma vez, a necessidade do diálogo convergente para que sejam superadas as

Estudiosos e executivos de seguros debatem o assunto e avaliam sua aderência aos métodos empregados pelas companhias do mercado brasileiro

alavancas dos custos médicos, sem que seja comprometida a efetividade do cuidado e a qualidade dos serviços prestados. Nesse ramo, é imperativo que sejam dosados os avanços tecnológicos com a capacidade da população de financiar os investimentos de forma a assegurar a sustentabilidade do setor. O brasileiro cada vez mais tem consciência da importância da saúde e do papel a ser desempenhado pelo setor privado para a realização de seus projetos futuros, o que explica o crescimento dos planos odontológicos mesmo num período de retração econômica.

E se abordamos a transparência na gestão, não poderíamos deixar de contemplar a relevância da disponibilidade de dados e informações estruturadas para estabelecer, de fato, um diálogo efetivo com a sociedade. Para tal, a CNseg tem investido em ferramentas que reú-

nem dados e estatísticas confiáveis, para que ela melhor desempenhe o seu papel de representação do setor segurador através de análises do mercado. O Seminário Nacional de Educação em Seguros, que contou com a parceria do jornal O Globo, trouxe também importante contribuição e diferentes percepções sobre o setor, envolvendo empresas, corretores, especialistas, jornalistas e consumidores.

Em outra reportagem, e mirando no futuro, fica realçado que é preciso investir em educação e sanar os problemas relativos ao baixo nível de poupança e investimento em infraestrutura que esbarram numa carga tributária alta e complexa e alguns marcos regulatórios que precisam ser atualizados para a realidade atual. É nesse cenário que também aumenta a demanda pelo seguro de garantias, que encontra no setor segurador a grande virtude de corresponder rapidamente ao ciclo de desenvolvimento social e econômico do país.

São essas e outras reportagens desenvolvidas nesta edição que fazem cada vez mais emergir conhecimentos, experiências e evidências sobre a crescente importância dos seguros para a proteção de patrimônios, saúde e rendas, bem como para aumentar a capacidade de formação de poupanças e de investimento do País.

Boa leitura!

BRASIL PRECISA SE PREOCUPAR MAIS COM O TRABALHO NO FUTURO

Cinco tendências apontados pelo estudo “O Futuro do Trabalho em 2050 no Brasil” dão ideia do cenário mais que provável da economia brasileira daqui a três décadas: aumento da automação sob o controle de computadores, crescimento de formas alternativas de emprego, mudanças educacionais ajustadas às transformações do trabalho e à absorção de novas tecnologias, avanço da igualdade de gênero e reinvenção dos sindicatos como forma de manter a relevância. O levantamento foi feito pelos pesquisadores Yuri Lima e Carlos Eduardo Barbosa, do Laboratório do Futuro da Coppe/UFRJ.

Apesar do ritmo acelerado das modificações em curso no mundo do trabalho, os brasileiros parecem ainda não dar a atenção merecida à velocidade e às consequências dessas mudanças, afirma o coordenador do Laboratório do Futuro, Jano Moreira de Souza, professor titular do Programa de Engenharia de Sistemas e Computação da Coppe. “A maior preocupação nos países desenvolvidos é o trabalho, mas os brasileiros ainda não perceberam isso”, constata ele, nesta entre-

“O déficit dos governos está aumentando, porque, com menos emprego, há menos impostos e mais gastos sociais. No longo prazo, para educar os jovens, será preciso identificar as habilidades exigidas por ocupações mais estratégicas para o País no futuro.”

vista exclusiva à Revista de Seguros. O tema ensejou o seminário O Futuro do Trabalho no Brasil, promovido pela Coppe em outubro, no Clube de Engenharia, no Rio de Janeiro.

Dentre as muitas transformações em curso no trabalho, quais as mais preocupantes para a sociedade brasileira?

Jano Moreira de Souza: A maior preocupação nos países desenvolvidos é o trabalho, mas os brasileiros ainda não perceberam isso. É assim na China, nos Estados Unidos (onde Donald Trump se elegeu com o discurso do emprego) e na Europa. Na Alemanha, grandes empresas estão reduzindo a semana de trabalho para quatro dias, sem queda de salário. É inteligente, pois, se o empresário manda o trabalhador embora, perde o consumidor. No Brasil, a lei precisa ser mais inteligente e o empresário e o Governo também, mas não é o que vemos. Temos que nos preocupar com investimentos que criem trabalho, pois empresas europeias e norte-americanas que investem aqui não estão interessadas nisso, mas apenas no lucro, enquanto as asiáticas querem alavancar empregos lá. Criar empregos modernos custa mais inves-

timentos, até porque o trabalhador precisa ter muitos anos de educação. No caso da tecnologia, embora às vezes saia mais barato manter os trabalhadores, o empresário prefere desempregá-los e automatizar, para não ter as complicações de gerenciar pessoas, por preconceito e deficiências da legislação e da Justiça do Trabalho. Os empregadores, legisladores e a Justiça têm que ser confrontados com essa decisão. A perda do poder dos sindicatos só dificulta na transição.

O que há de positivo para o Brasil em meio a essas mudanças?

Não vejo um cenário otimista. O Brasil precisa ser protecionista, não há vergonha nisso, mas de uma maneira inteligente. O mundo inteiro faz assim, mas no Brasil o discurso é de abertura. A questão é estratégica, de proteger o que tem futuro, com prioridade no trabalho. Barack Obama, por exemplo, taxou a importação de painéis solares pesadamente, para que esses produtos não entrassem nos Estados Unidos. No aparato legal do nosso País, não há nada que identifique uma empresa genuinamente nacional. Para ser brasileira, basta ter CNPJ no Brasil. Claro que é preciso negociar com as empresas estrangeiras, porque querem estar no Brasil, mas talvez importando o máximo. A automação trará possibilidade de darmos um salto para uma economia mais avançada, menos baseada em exportação de bens primários e de mão de obra barata, mas teremos de lidar com um grande contingente de desempregados. O recente aumento da criminalidade mostra esse problema. A solução que os países ricos consideram é a adoção da renda básica universal, para contrabalancear o impacto do desemprego. No nosso caso, onde conseguir recursos? Nossa elite abriria mão de parte de seus ganhos para sustentar por algumas décadas “quem não trabalha”, de forma a viabilizar um futuro para o País?

Como enfrentar a desigualdade, que aparece nos estudos como uma das marcas do mercado de trabalho no País?

A educação resolve problemas como desigualdades de gênero e de raça, para não precisarmos ter cotas. Se numa empresa há



"O processo de desindustrialização está sendo muito rápido. No Brasil, não vai ser fácil recuperar o patamar de cinco anos atrás. Falta dinheiro e, para gerar negócios e empregos, falta confiança entre pessoas e empresas no Governo, nos contratos e na Justiça."

homens brancos, mulheres e negros, talvez não haja tanto distinção na hora de desempregar - e fique na empresa quem está produzindo melhor. Mas, na hora de reempregar, o cenário é diferente: o homem branco talvez tenha mais facilidade que o negro ou a mulher. Alguns estudos têm mostrado que, na crise, os empregos melhores sumiram mais rapidamente e desempregou-se mais na classe média do que na baixa.

Como o senhor vê as novas formas de relação de trabalho, como a chamada 'uberização'?

Essa é uma precarização muito grande do emprego. No caso do transporte de pessoas, a tarifa é mais barata, entra menos dinheiro, mas a compra do carro não tem desconto como no caso do taxista e o motorista ainda tem que pagar um valor que vai para fora do Brasil. O trabalho dele vale muito menos e o Governo mal tem como taxar isso. E o déficit dos governos está aumentando, porque, com menos emprego, há menos impostos e mais gastos sociais. No longo prazo, para educar os jovens, será preciso identificar as habilidades exigidas por ocupações mais estratégicas para o País no futuro.

O chamado desemprego estrutural pode vir a inibir seriamente o crescimento do consumo de bens e serviços?

Não se vê um cenário de criação de empregos para os sete bilhões de habitantes do mundo. E as indústrias dos países ricos não estão conseguindo manter a competitividade com a Ásia. O processo de desindustrialização está sendo muito rápido nestes últimos três anos. No Brasil, não vai ser fácil recuperar o patamar de cinco anos atrás. Falta dinheiro e, para gerar negócios e empregos, falta confiança entre pessoas e empresas no Governo, nos contratos e na Justiça. Em relação ao consumo, o seguro é um exemplo: a pessoa faz porque desconfia que uma coisa de ruim pode acontecer. Mas, se há pouco dinheiro, você não tem como comprar um produto e ainda pagar pelo seguro. E também não faz seguro de vida; e a vida passa a valer menos. ●

GOVERNANÇA E COMPLIANCE PROTEGEM AS ORGANIZAÇÕES DO SÉCULO XXI

Mais do que alinhar condutas e garantir o cumprimento de regras dentro de padrões éticos, ferramentas evoluíram para a geração de valor, proteção e perenidade das empresas.

É justo que empresas produtivas, que geram empregos e renda para a economia do país, deixem de existir por erros estratégicos de gestão, abuso de poder ou fraudes? Não. Tanto que, casos emblemáticos como os das empresas norte-americanas Enron, WorldCom e Tyco, que faliram no início da década passada por causa de fraudes contábeis, mereceram do governo uma atitude enérgica com a edição da Lei Sarbanes-Oxley, criada em 2002 para restaurar a confiança pública e de acionistas e evitar o esvaziamento dos investimentos financeiros e a fuga dos investidores. A lei foi também um marco na expansão da governança corporativa, como um meio de garantir o equilíbrio das decisões, reduzir conflitos e trazer mais transparência aos negócios.

A governança corporativa, de acordo com a definição do Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC), é “o sistema pelo qual as empresas e demais organizações são dirigidas, monitoradas e incentivadas, envolvendo os re-

Após o avanço representado pela Circular 517/2015, que estabeleceu regras para a gestão de riscos – entre elas, a criação obrigatória da função de um Gestor de Riscos –, a Susep debate com o mercado a criação da função de Gestor de Conformidade.

lacionamentos entre sócios, conselho de administração, diretoria, órgãos de fiscalização e controle e demais partes interessadas”. Embora o conceito tenha surgido na década de 1920, nos Estados Unidos, onde a propriedade das companhias é pulverizada, ganhou mais destaque a partir da década de 1970 e se consolidou nos anos 2000, após os escândalos de fraudes contábeis e a crise econômica mundial, em 2008.

“A governança corporativa é importante para proteger o negócio de atitudes indevidas de dirigentes. Se uma empresa deseja estar aqui amanhã, a busca pela lucratividade deve ter o mesmo peso das atitudes éticas, transparentes e íntegras”, explica Heloisa Macari, sócia-diretora da área de Compliance da Protiviti. Nesse aspecto, ela considera fundamental que a governança corporativa seja praticada em conjunto com o compliance, cuja definição é “o dever de cumprir, de estar em conformidade com a regulamentação vigente, dentro dos mais altos padrões éticos e de conduta, bem como de zelar pela integridade institucional”.



“É fundamental que os princípios de ética e integridade permeiem as empresas, e o exemplo sempre deve vir do topo das organizações. É o que ficou conhecido no jargão empresarial como *tone at the top*”, explica Eliane Lustosa, conselheira do IBCC e diretora de Investimento do BNDES. Segundo Heloisa Macari, programas de compliance e de governança tornam os processos mais claros e transparentes, eliminando “zonas cinzas ou pontos cegos”, por exemplo, no processo de contratação, em que uma vaga é preenchida para beneficiar a empresa de um amigo. “Se houver transparência, diretrizes, regras e controles, com monitoramento adequado, a contratação será por critérios técnicos, trazendo menor custo e melhor resultado para a empresa”, afirma.



“FAZER O CERTO”

O Brasil ainda está afastado do melhor estado da arte em termos de compliance e gover-



“A governança corporativa é importante para proteger o negócio de atitudes indevidas de seus dirigentes. Se uma empresa deseja estar aqui amanhã, a busca pela lucratividade deve ter o mesmo peso das atitudes éticas, transparentes e íntegras.”

Heloisa Macari / Protiviti

nança como mostrou a última edição (2017) da Pesquisa Maturidade do Compliance, realizada pela KPMG, na qual o País aparece com nível 2,5 em uma escala de 1 a 5. Mas, os avanços têm sido grandes, tanto que apenas 9% das empresas entrevistadas disseram não ter a função de compliance em suas estruturas de gestão, contra 19% observados em 2015. Na pesquisa de 2017, o setor de seguros aparece com nível 2,6 de maturidade, 0,1 ponto acima da média geral do País.

Para o advogado especializado em governança e compliance Daniel Soares, sócio do escritório Ulhôa Canto, o Brasil tem evoluído nesse aspecto, mas em um nível ainda distante dos centros econômicos mais avançados. Elaine Lustosa reconhece que, em comparação a outros países, o Brasil apresenta uma defasagem temporal na adoção desses sistemas, em parte devido à predominância de micro e pequenas empresas de controle definido e familiar. “São companhias que têm outras prioridades relacionadas à sua própria sobrevivência. Nosso mercado de capitais ainda é muito



“É fundamental que os princípios de ética e integridade permeiem as empresas, e o exemplo sempre deve vir do topo das organizações. É o que ficou conhecido no jargão empresarial como tone at the top.”

Eliane Lustosa / BNDES

pequeno, são aproximadamente 380 empresas listadas na B3. À medida que as empresas aumentam de tamanho e que mercado de capitais se desenvolve, esses programas passam a ser mais valorizados e implementados dentro das companhias. Trata-se de um processo de constante evolução”, analisa.

Na avaliação de Daniel Soares, falta ao País, em geral, desenvolver uma “cultura de compliance”, que ele define como “fazer o certo porque é a única coisa a fazer” no terreno da atividade empresarial. Mas, para além de cumprir regras, Heloisa Macari entende que é preciso dar um passo a mais para imbuir a cultura ética nas empresas. A seu ver, essa seria uma maneira de gerar valor para a empresa e a perpetuidade do negócio. Elaine Lustosa concorda: “Os benefícios e o valor agregado das boas práticas de compliance são tanto quantitativos quanto qualitativos e são aplicáveis a todos os tipos de organizações”.

Soares entende que a legislação brasileira avançou bastante desde 1998, quando foram dados os primeiros passos no rumo de um conjunto de regras de conformidade, com a Lei nº 9.613, conhecida como a Lei da Lavagem de Dinheiro. “Posteriormente aderimos a diversos convênios das Nações Unidas, até que em 2013 foi promulgada Lei Anticorrupção (nº 12.846), estabelecendo multas de até 20% do faturamento bruto para empresas condenadas por atos lesivos à administração pública”, comentou. A lei definia também que o valor dessa multa poderia ser atenuado caso a empresa tivesse procedimentos internos de integridade efetiva. “Sem um parâmetro claro, as grandes multinacionais foram buscar referências na Europa e nos Estados Unidos. Mas, constatou-se que essas referências não eram adequadas à cultura brasileira”, informou.



CÓDIGO DE ÉTICA

Entre outros aspectos, esses parâmetros definem que um programa de integridade efetivo é aquele que tem apoio incondicional da alta administração da empresa; que a empresa precisa ter um código de ética que elenque políticas internas, que desenvolva programas de treina-

mento sobre a aplicação das regras e que disponha de canais para denúncias anônimas de práticas em desconformidade com o código de ética.

“A partir daí as empresas tiveram que adotar uma atitude diferente, não mais replicar modelos importados”, explica o advogado, acrescentando que as organizações brasileiras partiram para a adoção de regras mais customizadas e a buscar um “esforço de 360 graus” de aplicação dessas regras, do topo ao nível mais baixo da hierarquia empresarial. O advogado defendeu a necessidade de que as empresas assegurem “autonomia e independência” aos responsáveis pela aplicação das regras de governança e compliance.

Para Soares, a legislação está mostrando que governança e compliance representam uma pauta obrigatória dentro das empresas. O problema agora, de acordo com sua avaliação, é superar os obstáculos culturais, com destaque para o temor de que o compliance seja uma penalização e não uma proteção, levando ao comprometimento dos resultados da companhia. Outro equívoco, segundo Eliane Lustosa, é considerar ambos os sistemas como um custo a mais, até porque os benefícios não são imediatos. “Uma boa resposta a essa barreira é a educação. É preciso estimular o empreendedor a conhecer as vantagens de se implementar boas práticas de governança e de compliance desde o momento em que sua empresa ainda é uma startup”, diz.

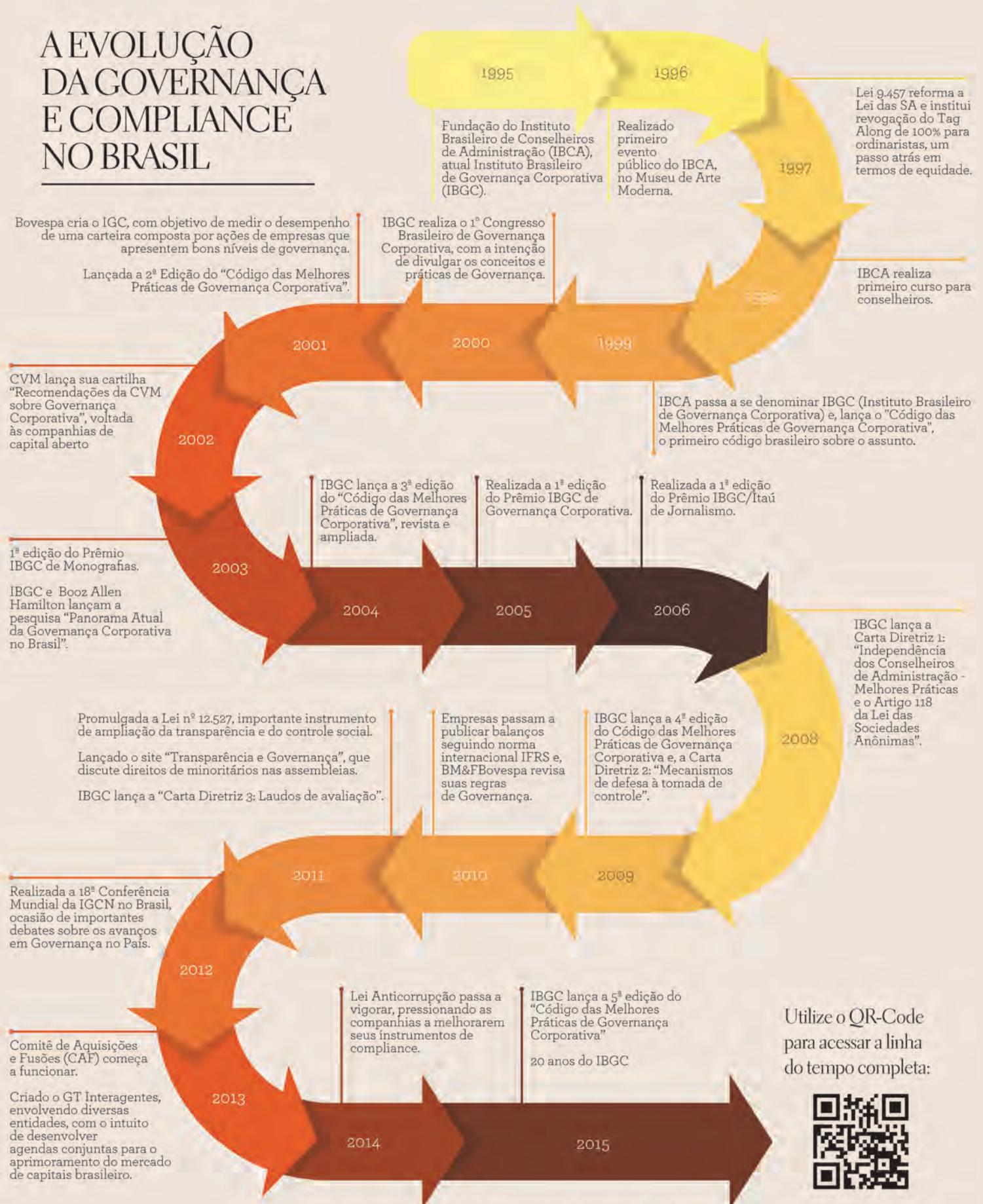
Ainda assim, Soares avalia que o Brasil seguirá avançando a caminho da maturidade. “Caminhamos para que só seja possível participar de licitações públicas quem tenha um programa de integridade efetiva”, apontou, ressaltando que o Distrito Federal e o estado do Rio de Janeiro saíram na frente entre os entes federativos ao estabelecerem a existência de programa de integridade como item de desempate nas suas licitações públicas.



ÂMBITO DO SEGURO

No setor de seguros, além das iniciativas próprias dos grupos econômicos vinculados aos bancos e a conglomerados estrangeiros, a Susep vem procurando coordenar a evolução

A EVOLUÇÃO DA GOVERNANÇA E COMPLIANCE NO BRASIL



Utilize o QR-Code para acessar a linha do tempo completa:



setorial em termos de governança e compliance. Após o avanço representado pela Circular 517/2015 – que estabeleceu regras para gestão de riscos, entre elas a criação obrigatória da função de Gestor de Riscos –, a autarquia discute com o mercado a criação da função do Gestor de Conformidade.

De acordo com a Coordenação Geral de Monitoramento Prudencial (CGMOP) da Susep, a proposta de criação do novo cargo nas seguradoras integra o processo de consolidação do arcabouço regulatório de governança e compliance do setor, representado pelas circulares 249/2004, 344/2007 e 517/2015.

Para a autarquia, o novo gestor “será responsável por auxiliar as sociedades supervisionadas na garantia do cumprimento não só das leis e regulações aplicáveis, mas também de suas próprias políticas e normativos internos”. Paralelamente, a Susep busca o reforço do papel da auditoria interna das empresas no mesmo processo de consolidação de regras.



“À medida que as empresas aumentam de tamanho e que mercado de capitais se desenvolve, esses programas passam a ser mais valorizados e implementados dentro das companhias. Trata-se de um processo de constante evolução.”

Daniel Soares / advogado

Para o presidente da CNseg, Marcio Coriolano, as estruturas de governança e compliance conformam o que de mais avançado a disciplina da gestão já alcançou em nível global e, inclusive, delimitam os poderes de gestão singular de administradores e de áreas internas às companhias. “A palavra de ordem é a construção de regime de alçadas e compartilhamento de decisões proporcionalmente aos riscos envolvidos na administração dos fatos. Essas estruturas são vitais para as organizações do século XXI, mais ainda no setor de seguros, que lida com a gestão de recursos que pertencem a terceiros e com alcance de longo prazo.”

“O setor de seguros tem avançado bastante no fortalecimento da estrutura de Governança, Riscos e Compliance (GRC) das organizações”, avalia Marcos Spiguel, ex-presidente da Comissão de Gestão de Risco da CNseg. Segundo o executivo, além do impulso trazido pelas novas regulações, os próprios aperfeiçoamentos das práticas internacionais e das práticas bancárias têm motivado as companhias de seguros a se estruturarem cada vez mais “no estabelecimento de políticas e processos de gestão de riscos, no fortalecimento dos seus programas de compliance e no processo de governo corporativo”.

Nessa mesma linha, Simone Negrão, integrante da Comissão de Controles Internos da CNseg, ressalta que para manter a sustentabilidade do negócio, é fundamental a adoção de regras de governança e compliance realmente eficientes. No mercado segurador, que tem o gerenciamento de risco como seu core business e está sujeito a regulações específicas, as companhias já apresentam programas internos mais maduros.

De acordo com Spiguel, ciente de que no mercado europeu é onde reside a indústria de seguro mais evoluída no tema GRC, a Susep vem buscando desde 2008 sinergias entre as regulações nacionais e as europeias. Ele associa a criação da figura do Gestor de Riscos pela Circular 517/2015 a essa sinergia com o mercado europeu. “Este ano, a Susep aperfeiçoou o a regulação referente à gestão de riscos para as seguradoras, desenvolvendo a avaliação das estruturas de riscos constituídas pelas empresas, com a finalidade de promover incentivos para aquelas que tiverem estruturas mais bem avaliadas”, ressaltou.

A criação do Gestor de Conformidade em meio ao processo de consolidação de normas, na avaliação de Spiguel, representa outro passo da Susep no caminho para o alinhamento das práticas de GRC com o mercado internacional. Ele ressalta que o novo gestor chega para somar-se ao Gestor de Riscos e ao Responsável por Controles Internos, outra figura já presente na regulação do mercado brasileiro.



AVANÇOS DA ANS

Paralelamente aos esforços que vêm sendo feitos pela Susep, a Agência Nacional de Saúde Suplementar (ANS), que Spiguel reconhece estar “em um estágio anterior em termos de exigências regulatórias”, colocou em audiência pública no final de junho um projeto de Resolução Normativa que caminha na mesma direção que já vem sendo tomada pela Susep.



“A palavra de ordem é a construção de regime de alçadas e compartilhamento de decisões proporcionais aos riscos envolvidos. Essas estruturas são vitais para as organizações do século XXI, mais ainda no setor de seguros.”

Marcio Coriolano / CNseg



“A intenção da ANS com o normativo é sinalizar para as operadoras de planos de saúde, principalmente as que não são seguradoras, as práticas de governança corporativa que a Agência vai valorizar em termos de gestão de riscos e controles internos”, explica a direção do órgão, destacando que a audiência pública buscou colher as sugestões da sociedade em geral, uma vez que o próprio setor já fora ouvido em outra audiência realizada no dia 4 de maio deste ano.

O livreto “Governança, Risco e Compliance no Setor de Seguros”, lançamento da CNseg, engrossa a relação de publicações do Programa de Educação em Seguros. Como as demais, busca oferecer conhecimento qualificado a públicos variados, destacando desta vez o GRC como elemento imperativo para a atuação assertiva no mundo dos negócios. São quase 50 páginas de informações técnicas, granulares, apresentadas em linguagem simples e capaz de oferecer uma visão holística da matéria a todos os leitores.

Na divulgação da audiência, a ANS ressaltou que na elaboração da proposta de resolução “foram levados em consideração o risco de insolvência e a descontinuidade de operações de planos de saúde decorrentes de falhas de controles internos e baixa capacidade de gestão de riscos – o que ameaça o atendimento prestado aos beneficiários”.

À Revista de Seguros, a Agência explicou que “embora não estejam diretamente relacionados a problemas no atendimento prestado ao beneficiário, é esperado que os requisitos de governança melhorem a gestão das operadoras de forma geral, com reflexos positivos para os consumidores”.

No mesmo rumo das iniciativas da Susep, a norma em elaboração pela ANS prevê que as empresas que cumpram os “requisitos essenciais” a serem estabelecidos poderão ser beneficiadas com a redução da exigência de capital mínimo estabelecida para o setor.

Segundo Marcos Spiguel, espera-se para até 2022 a adoção de regras de exigência de capital mínimo associadas a riscos no mercado de seguro saúde brasileiro. “Espera-se no médio e longo prazo uma indústria de seguros e saúde cada vez mais robusta em termos de GRC e alinhadas entre si, com o mercado bancário e também com as melhores práticas internacionais, beneficiando todas as partes”, resumiu. ●



“Neste ano, a Susep aperfeiçoou a regulação referente à gestão de riscos para as seguradoras, desenvolvendo a avaliação das estruturas de riscos constituídas pelas empresas, com a finalidade de promover incentivos para aquelas que tiverem estruturas melhor avaliadas.”

Marcos Spiguel / CNseg

INVESTIR EM QUALIFICAÇÃO DE MÃO DE OBRA É FUNDAMENTAL PARA RETOMAR O CRESCIMENTO

A retomada da economia brasileira, que levará quatro anos, segundo estudo da FGV, vai esbarrar na falta de investimentos do País na educação básica e na capacitação de mão de obra.

A tão sonhada retomada do crescimento econômico no Brasil vem sendo adiada desde o ano passado e perde força com o avançar dos meses. A greve dos caminhoneiros, ocorrida em maio, piorou ainda mais as perspectivas de recuperação. Segundo estudo inédito da Fundação Getúlio Vargas (FGV), divulgado no dia 23 de julho, para voltar ao mesmo nível do Produto Interno Bruto (PIB) de 2014, ano anterior à crise, o País vai levar quatro anos. Esta é considerada a retomada mais lenta desde 1980.

Ainda há muitos gargalos para que o Brasil volte a crescer: falta de investimento em infraestrutura, baixíssimo nível de poupança interna, carga tributária alta e complexa, crédito caro e déficit previdenciário. Mas há uma questão ainda mais importante: o Brasil há muito deixou de investir em educação de base e na capacitação de mão de obra. Nenhum país emergente tornou-se desenvol-



“O problema de qualificação da mão de obra no Brasil é de longa data. Infelizmente, baixo crescimento econômico e baixa produtividade são características da economia brasileira.”

Bruno Ottoni / IBRE-FGV

vido sem investimento massivo nesta área. Coreia e China são bons exemplos.

Sem qualificação, o brasileiro recorre à informalidade. Dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (Pnad Contínua), divulgados em fevereiro pelo IBGE, mostram que houve um “avanço expressivo” da informalidade em comparação ao ano anterior. O levantamento aponta ainda que o número de empregados do setor privado sem carteira assinada teve acréscimo de 5,6%, chegando a 10,98 milhões de trabalhadores.

“O problema de qualificação da mão de obra no Brasil é de longa data. Houve aumento da escolaridade nos últimos anos, mas de baixa qualidade. As notas avançaram pouco, mesmo com mais tempo na escola. Infelizmente, baixo crescimento econômico e baixa produtividade são características da economia brasileira”, pontua Bruno Ottoni, economista do Instituto Brasileiro de Economia (IBRE-FGV).



CENÁRIO ELEITORAL

Otoni ressalta que a crise econômica deixou muita gente fora do mercado de trabalho, privando estas pessoas de ganhar novas experiências. “Perdemos capital humano e produtividade por causa da crise”, acrescenta ele, ressaltando que, no entanto, o maior problema do País é a questão fiscal e as incertezas trazidas pelo cenário eleitoral. “Ninguém sabe o que vai acontecer e isso é o principal problema para a retomada do crescimento”, avalia.

Os setores mais afetados pela baixa qualificação dos brasileiros, segundo ele, foram os de prestação de serviços modernos: seguros, bancos, fundos de investimentos, consultoria e imobiliário, que exigem alto grau de escolaridade e de capacitação. “O setor de seguros, por exemplo, demanda cálculos atuariais. E, até para atuar na área comercial, é preciso ter bom trato e saber explicar cada produto. É um setor que sofreu com a falta de qualificação e sofrerá ainda mais”, prevê.

O economista afirma que a qualificação é fundamental para atrair investimentos e que o Brasil precisa avançar nesta direção e adotar estratégias mais pragmáticas, focadas em resultados para chegar lá. “O Estado brasileiro tem que saber fa-

zer a máquina funcionar, atrair crianças e jovens para um ensino de qualidade e combater o crime, que seduz os jovens com promessa de retorno fácil. Hoje é difícil prever quando a educação no País vai melhorar, pois não temos um bom modelo em funcionamento”, argumenta.



“O Brasil precisa decidir o que quer ser. É preciso atacar de frente o problema da educação básica, para que as pessoas tenham condições mínimas de encontrar um emprego.”

Ricardo Rocha / Inesper



MÁQUINA PÚBLICA

Para Ricardo Rocha, professor de Finanças do Instituto de Ensino e Pesquisa (Inesper), qualquer previsão sobre a retomada do crescimento econômico antes das eleições é “um chute no escuro”, pois todos os candidatos sabem que é preciso mexer no tamanho do Estado, mas ninguém diz como fazer isso.

“A economia brasileira deverá voltar a crescer com um pouco mais de vigor a partir do segundo semestre de 2019. Mas, para isso, o País precisa minimamente rever o custeio da máquina pública e fazer a reforma possível da previdência. Temos que ser otimistas com responsabilidade e não repetir os erros do passado, como os gastos excessivos do Estado e incentivos fiscais sem contrapartida.”

Rocha compara o desempenho do Brasil na economia e na educação com o da seleção brasileira: até consegue se classificar para a Copa do Mundo, mas não passa das oitavas de final. “O Brasil precisa decidir o que quer ser. É preciso atacar de frente o problema da educação básica, para que as pessoas tenham condições mínimas de encontrar um emprego. O brasileiro supera dificuldades pela vontade própria, mas isto tem limite”, afirma.

Doutor em Administração pela Universidade de São Paulo (USP), Rocha ressalta que o País buscou um modelo de excelência nas universidades públicas nos últimos anos pré-crise, mas deixou de lado a educação básica, o que prejudicou os mais pobres. “O ensino não está presente na vida deste cidadão e isso é um limitador do crescimento, pois segmentos menos tecnológicos demandam mão de obra qualificada e não encontram.”

Na sua avaliação, a falta de qualificação terá impacto em todos os segmentos da economia. Alguns mais específicos, como o setor de seguros, serão ainda mais abalados. “Faltam disciplinas nas entidades de ensino que incentivem a formação de mão de obra específica para este setor, que mostrem que o seguro é um caminho profissional muito bom para jovens que gostam de números e de cálculos. A cultura da gestão de risco precisa permear o ensino”, conclui. ●

OS DESAFIOS PARA DESENVOLVER A CULTURA DO SEGURO E PROMOVER A INCLUSÃO

A despeito dos números pujantes, que destoam do contexto recessivo do País, ainda falta algo importante para que o seguro de fato deslanche no Brasil: ingressá-lo nas pautas públicas.

O setor de seguros ainda não está inserido no rol de ações que moldam uma abrangente política econômica para o desenvolvimento do Brasil, embora os números deste mercado mostrem uma evolução contínua que não se percebe em outros setores beneficiados pelo Governo com incentivos de diversos matizes. Por que a dificuldade do seguro, setor tão pujante e imprescindível para a difusão da educação financeira, expandir-se no País? Essa pergunta foi a principal do Seminário Nacional de Educação em Seguros “O Comportamento do consumidor de seguros e os desafios da inclusão”, realizado pela CNseg, em parceria com O Globo, no auditório do jornal, em 14 de junho, no Rio de Janeiro. A mediação ficou a cargo da jornalista Luciana Casemiro.

Transmitido em tempo real pela página de O Globo no Facebook, o evento lançou luz sobre o debate que procura respostas para esse cenário. Nos dois painéis — “Psicologia econômica e seguros” e “Os desafios da inclusão securitária em um país de renda média” —,

concluiu-se que o setor esbarra em três aspectos cruciais que o impedem de torná-lo referência no orçamento do cidadão: o primeiro é a inexplicável resistência do Governo para incluir o seguro nas políticas públicas estratégicas; o segundo, uma ausência da cultura do seguro em todas as camadas socioeconômicas, o que ocorre de norte a sul; o terceiro, a renda média baixa do brasileiro, que impede o seguro de entrar na lista mensal das famílias.

O primeiro passo para reverter a situação é manter um diálogo franco e necessário com governo e sociedade em geral, como ressaltou o presidente da CNseg, Marcio Coriolano. “Não é uma jabuticaba brasileira. Programa de educação em seguros é um desafio enfrentado em diversos países que têm a área de seguros estruturada. Não é fácil fazer comunicação de um produto que muitas vezes as pessoas não usam, ou se usam é apenas em eventualidades. A percepção da sociedade sobre o seguro é desproporcional à importância que o seguro tem na vida da nação”, analisou.

Coriolano defendeu com números a im-

portância do setor para o cidadão brasileiro, enfatizando, no entanto, alguns contrapontos. No ano passado, o mercado registrou mais de R\$ 425 bilhões em receita e acumulou R\$ 1,2 trilhão em fundo de reserva para garantir os riscos assumidos, ativos equivalentes a 25% da dívida pública brasileira. Mas, por outro lado, depara-se, por exemplo, com apenas 30% da frota automotiva segurada e somente 13% da população incluída na previdência privada. “É preciso reconhecer o volume do setor. Mesmo com todo sofrimento e recessão do ano passado, houve crescimento de 2,6% em volumes reais”, destacou.



DA PSICOLOGIA AO BOLSO

“Por que a cultura dos seguros ainda não ‘pegou’ no Brasil?” Com essa indagação, a consultora em Psicologia Econômica, Vera Rita de Melo Ferreira, doutora pela PUC-SP, iniciou o painel “Psicologia econômica e seguros”, mostrando a importância do seguro



no mundo moderno e exaltando trabalhos de quatro vencedores do Prêmio Nobel em Economia, que incansavelmente estudaram a Psicologia Econômica.

Vera citou com ênfase o economista americano Robert Shiller, Prêmio Nobel em 2013, para quem a salvação das finanças mundiais passa pelos seguros. “Shiller disse que o seguro poderia amortizar as grandes crises econômicas financeiras que o mundo vem atravessando cada vez mais rapidamente”, pontuou.

Mas, até que a proposta de Shiller seja devidamente internalizada mundo afora, por entes públicos e sociedade, o desafio das seguradoras é lidar com um perfil resistente do consumidor em geral, um indivíduo que ainda está muito envolvido com a ideia do acerto, mas com extrema dificuldade para empregar ações práticas que permitam a ele organizar-se no mundo real, com amparo, sobretudo, do seguro. “O seguro está num contexto em que é cada vez mais importante para combater impactos sociais e na esfera pública, uma espécie de amortizador das crises econômicas”, ponderou a palestrante.

Não é fácil fazer comunicação de um serviço que as pessoas não usam, ou usam apenas em eventualidades. A percepção da sociedade sobre o seguro é desproporcional à importância que o seguro tem na vida da nação.

Marcio Coriolano / CNseg

Vera sugeriu algumas ações para que o setor vire esse jogo de resistência ao seguro – duas delas são a adoção de uma linguagem sem formalidade, simples e clara e de narrativas e exemplos, com pessoas contando suas experiências. “É preciso evitar burocracia demais. Quanto mais simples melhor”, resumiu.

Se há um impasse entre razão e emoção para se escolher um seguro, há também um mundo real, que atende pelo codinome “bolso do consumidor”. Entende-se que a realidade econômica do brasileiro em geral não é das mais favoráveis, com o País vivendo reflexos de uma recessão, e isso preocupa qualquer segmento de mercado, sobretudo o de seguros, que ainda carece da difusão maciça e imprescindível de seus conceitos de educação para ajudar o consumidor nos momentos mais difíceis da economia.

No mesmo painel, o economista e professor da PUC-RJ José Marcio Camargo abordou o tema, porém, sinalizou para um polêmico paradoxo: “Seguro, exceto previdência, é o único produto que se compra para não usar, quando você usa é porque teve um sinistro. Quando você usa o



▲ DA ESQUERDA PARA DIREITA: Vera Rita de Melo Ferreira, Luciana Casemiro, José Marcio Camargo e Alexandre Leal

seguro de automóvel é porque já sofreu um acidente; quando se usa para a saúde, já está no hospital. Já a previdência ajudará a pessoa a manter seu padrão de vida até a morte”.

Camargo alertou para a baixa renda do brasileiro, que, para ele, é um dos maiores entraves para o setor de seguros se consolidar na economia e ser inserido em pautas públicas. Ele reforçou que cerca de 40% dos trabalhadores do País ganham um salário mínimo ou menos e que apenas 5% ganham acima de R\$ 5 mil. “Quem está abaixo do padrão de R\$ 5 mil mensais não tem razão para fazer seguro. A desigualdade de renda e a previdência social dificultam a contratação da previdência privada”, afirmou.



SOPA DE LETRINHAS

Compreender a terminologia do mercado de seguros não é simples. Esmiuçá-la para

“O cliente tem dificuldade para fazer cálculos de probabilidade, e a utilidade da apólice dependerá de como ele percebe a exposição ao risco e o tamanho da perda que um sinistro ocasionará.”

Alexandre Leal / CNseg

“Seguro, exceto previdência, é o único produto que se compra para não usar, quando você usa é porque teve um sinistro. (...) Já a previdência ajudará a pessoa a manter seu padrão de vida até a morte.”

José Marcio Camargo / PUC-RJ

o consumidor é também um desafio para as seguradoras. O diretor técnico da CNseg, Alexandre Leal, integrante do primeiro painel, reconheceu isso. “É uma sopa de letrinhas. Você paga o prêmio, mas não o recebe”, comparou o dirigente, recorrendo à peculiaridade semântica utilizada no mercado segurador.

Leal ressaltou também a aversão à perda e não ao risco, característica do consumidor de seguros. “O cliente tem dificuldade para fazer cálculos de probabilidade, e a utilidade da apólice dependerá de como ele percebe a exposição ao risco e o tamanho da perda que um sinistro ocasionará. Essa percepção distorcida da essência funcional do seguro dificulta a compreensão do prêmio cobrado pelo risco”, resumiu.

Mas a via é de mão dupla. Se o consumidor tem dificuldades, o mesmo vale para as seguradoras, que também acabam tropeçando nos percalços cognitivos para se comunicar de forma direta e elucidativa com o consumidor. “Há um caminho longo a ser percorrido. É preciso difundir como se vende esse negócio”, completou Leal, citando pesquisa publicada recentemente



pelo jornal britânico Financial Times, cujos dados apontam que 80% dos ingleses não compreendem o texto contido em apólices de seguros.



PROJETOS INCLUSIVOS

Há uma cultura do seguro a ser implantada no Brasil em meio a um contexto social no qual predomina uma profunda e aparentemente inexorável insatisfação do brasileiro com o País, que ainda sente o impacto recessivo dos últimos anos e a queda da empregabilidade.

O mercado segurador reconhece essa necessidade transformadora, sabe que o seguro ainda está distante da maior parcela da população de baixa renda e vem trabalhando para reverter esse quadro. Essa massificação de produtos exige, inicialmente, que sejam encarados alguns desafios pontuais, dentre os quais a difusão dos seguros inclusivos e a incorporação de marcos regulatórios que inibam o mercado marginal, que vende suposta proteção para um público desinformado sobre os riscos a que está submetido.

“O seguro está num contexto em que é cada vez mais importante para combater impactos sociais e na esfera pública, uma espécie de amortizador das crises econômicas.”

Vera Ferreira / Consultora

“As pessoas precisam ser informadas de que o seguro é importante. Falta inclusão e educação financeira, e o caminho é utilizar experiências locais, porque é o governo municipal que coleta e os dados que alimenta o Governo Federal.”

Marcelo Neri / FGV Social

▲ DA ESQUERDA PARA DIREITA: Carlos de Paula, Luciana Casemiro, Regina Simões e Marcelo Neri

Esse foi o mote do painel “Os desafios da inclusão securitária em um país de renda média”, do qual participaram o diretor da Fundação Getúlio Vargas - FGV Social, Marcelo Neri, o diretor de Supervisão de Conduta da Susep, Carlos de Paula, e a coordenadora regional para a América Latina da Access to Insurance Initiative (A2ii), Regina Simões.

O economista Marcelo Neri mostrou o “Ranking de felicidade futura”, realizado pela FGV Social com dados do Gallup World Poll, em 2014, envolvendo mais de 160 países, que aponta o brasileiro como um dos povos mais otimistas, apesar das dificuldades que enfrenta diariamente, como elevados índices de violência e a crônica baixa renda. Mas o segundo estudo, realizado em 2015, ano em que a recessão se instalou de vez na economia brasileira, mostrou que o otimismo trepidou. “Caímos para segundo no ranking, e depois, em 2016, para terceiro. Hoje, com três anos de recessão, somos o quinto”, pontuou o economista.

“Foi uma quebra de paradigma (a circular do microsseguro). Foi o primeiro grande movimento da Susep e do CNSP para quebrar barreiras e alcançar uma parcela que estava distante da proteção securitária.”

Carlos de Paula / Susep

Neri foi enfático: o otimismo culturalmente enraizado no Brasil, cujo viés despreocupado com o futuro individual predomina, torna-se um difícil obstáculo para a venda de seguros no País. Associado a esse aspecto, a baixa renda populacional mostra-se como outra adversária da massificação securitária no Brasil. Para o diretor da FGV, implantar uma cultura de seguros no País exige, inexoravelmente, educação. “As pessoas precisam ser informadas de que o seguro é importante. Falta inclusão e educação financeira, e o caminho é utilizar experiências locais, porque é o governo municipal que coleta e os dados que alimenta o governo federal”, pontuou.

Inclusão é a palavra-chave. Direcionar, sobretudo de forma remota, os modelos securitários para políticas públicas, especialmente as municipais, pode ser o primeiro passo para mudar a notória imagem elitista que hoje cerca o seguro. “Para quem está na linha de pobreza, o seguro é mais importante do que para qualquer outro”, relativizou Neri, justificando que quem se encontra nessa faixa socioeconômica está mais sujeito a riscos, logo o seguro pode ser a melhor proteção.

● ● ●

IMAGEM ENRAIZADA

O caminho para retirar do seguro a pecha de elitista existe e está visível ao mercado, mas é preciso estratégia para mudar essa imagem culturalmente enraizada. O alerta é do diretor da Susep,

Carlos de Paula: “Não vamos ter a ilusão de que essa estratégia parta do estado brasileiro”.

De Paula sugeriu que o debate do seminário fosse levado aos membros do Conselho Nacional de Seguros Privados (CNSP), órgão regulador do setor de seguros: “A realidade é dura, mas temos uma cesta de oportunidades, com um público que pode ter apetite por uma cultura securitária por meio da educação em seguros”.

O Brasil é complexo. Não há forma única e centralizada que resolva a comunicação com o consumidor. Em cada canto, em cada cidadão há peculiaridades que precisam ser respeitadas. A oferta do seguro precisa ser bem dirigida, e a proposta para projetos localizados é um caminho a se avançar, concorda De Paula, referindo-se à proposta de municipalização de projetos inclusivos sugerida por Marcelo Neri. “O CNSP é o órgão ideal para aprofundar essa questão”, disse.

De Paula mencionou a circular do microsseguro (244/2011), que hoje representa a principal ferramenta para estender a cultura do seguro à população de baixa renda: “Foi uma quebra de paradigma. Foi o primeiro grande movimento da Susep e do CNSP para quebrar barreiras e alcançar uma parcela que estava distante da proteção securitária”.

Desburocratizar, melhorar continuamente a supervisão do setor e buscar incansavelmente o fomento são as recomendações do dirigente da Susep. “Precisamos de uma estratégia do estado que transcenda governos”, concluiu De Paula, que alertou para o crescimento da zona obscura da informalidade formada por associações e cooperativas à margem da regulação de mercado.

● ● ●

PATAMAR DE GARANTIAS

Com vasta experiência na educação de supervisores do setor de seguros, Regina Simões, da A2ii, afirmou que a melhor forma de frear o mercado marginal é baratear os preços dos seguros supervisionados, mas também avaliá-lo pelo princípio da proporcionalidade, ou seja, se está ou não no mesmo patamar de garantias e

“A inclusão financeira não é simplesmente ter conta bancária ou ter um seguro. O consumidor deve saber para que tem o seguro e quais as coberturas. Vender seguro para aposentado e desempregado não é inclusão financeira.”

Regina Simões / A2ii

de reservas técnicas garantidas pelo seguro devidamente regulado.

Regina destacou que, desde o final de 2009, os seguros inclusivos vêm evoluindo no mercado latino-americano. Mas foi categórica, sobretudo por conta da realidade econômica que cerca atualmente o brasileiro de baixa renda: “A inclusão financeira não é simplesmente ter conta bancária ou ter um seguro. O consumidor deve saber para que tem o seguro e quais as coberturas. Vender seguro para aposentado e desempregado não é inclusão financeira”.

Houve época em que as seguradoras detinham o controle integral do seguro, mas isso hoje mudou, observou Regina. Segundo ela, as regras do jogo estão com os canais de distribuição em massa: “Eles dizem como e o que querem vender. Quando se fala em educação em seguros, é preciso também educar os canais de distribuição, porque são eles que têm o conhecimento do segmento que se pretende atingir”.

Para Regina, a educação formal antecede a educação em seguros e, conseqüentemente, a contratação de seguro. No Brasil, a situação preocupa: “Não se pode falar em educação financeira se há um baixíssimo nível de educação formal. É fácil falar para 5% dos que têm mais renda, mas como vamos falar aos 95%, que sequer leem direito? É preciso começar a desenhar seguros para micro e pequenas empresas. Temos o Sebrae, um diferencial em relação a outros países, que tem um ponto essencial para as seguradoras: dados”. ●

MBA EM SEGUROS PARA ATENDER AS CONSTANTES MUDANÇAS DO SETOR

Acompanhando a evolução do mercado de seguros no País, a Escola Nacional de Seguros lançará, em outubro, o MBA Executivo em Negócios de Seguros.

A Escola Nacional de Seguros (ENS) está sempre atenta às transformações da indústria de seguros, sobretudo nos últimos anos, marcados por um crescimento significativo do mercado brasileiro. O cenário favorável ao seguro intensificou a busca dos executivos do setor por especialização. A demanda cresce e, para atendê-la, a ENS desenvolveu o MBA Executivo em Negócios de Seguros, que terá início em outubro.

O diretor de Ensino Superior da Escola, Mario Pinto, reforçou o empenho da instituição para responder às mudanças do setor e à entrada das novas gerações no âmbito profissional. “Passamos a refletir sobre novos produtos e partir para um caminho que atendesse às constantes exigências do setor. Vivemos nos últimos anos uma crescente necessidade de atualização, e alguns períodos como o que estamos passando, com incertezas econômicas, refletem diretamente no setor educacional”, destacou.

O novo MBA tem como meta oferecer aos executivos um amplo conhecimento em gestão e liderança, paralelamente a especializações nas áreas mais demandadas pelo mercado segurador. Um dos diferenciais é que o curso poderá ser concluído em apenas 12 meses, pois



“Vivemos nos últimos anos uma crescente necessidade de atualização, e alguns períodos como o que estamos passando, com incertezas econômicas, refletem diretamente no setor educacional.”

Mario Pinto / ENS

o trabalho de conclusão de curso é opcional, o que confere grande flexibilidade ao aluno. “A concentração maior é na área de gestão em seguros, com ênfases a serem escolhidas pelo

próprio aluno nas diversas áreas de segmentação do setor. Com isso, a Escola responde à necessidade do mercado e oferece cursos mais curtos e mais flexíveis, sem perder a qualidade de seu ensino”, ressaltou.

CICLOS DE GESTÃO

O MBA será composto por ciclos de Gestão Executiva com ênfases em quatro áreas de conhecimento: Direito do Seguro; Seguros Patrimoniais e de Responsabilidade Civil Geral; Seguros de Transporte; e Gestão de Riscos. Também será oferecido processo de coaching, inicialmente com abordagem técnica e, após os seis primeiros meses de aula, com viés gerencial.

“Outro ponto importante é que o aluno poderá optar por mais de uma ênfase, possibilitando especializar-se em mais de um ramo do mercado segurador, em um curto espaço de tempo. Inicialmente, o curso será oferecido na modalidade presencial, no eixo Rio-São Paulo”, informou Mario Pinto.

Inscrições e mais informações sobre o novo MBA estão disponíveis no site da Escola: ens.edu.br.

DISRUPÇÃO TECNOLÓGICA É UM GRANDE DESAFIO PARA OS EXECUTIVOS DO SETOR DE SEGUROS

CEOs do setor lideram a preocupação dos executivos globais com a disrupção tecnológica, que muda os tradicionais modelos comerciais e operacionais do mercado.

Há tempos a indústria de seguros passa por grandes transformações e, ao que tudo indica, a tendência é de que o ritmo dessas mudanças seja cada vez mais intenso. Os líderes do setor estão atentos e preocupados com essa nova realidade, mas não menos otimistas com o futuro. Essa foi uma das conclusões apontadas na 21ª Pesquisa Anual Global com CEOs de Seguros, elaborada pela Consultoria PwC. O estudo, que entrevistou 1.200 executivos em 85 países, expõe os principais receios e expectativas do mercado segurador no Brasil e no mundo.

Divulgado em maio deste ano, o levantamento revelou que as três principais preocupações dos CEOs no setor de seguros são o excesso de regulamentação (95%), as ameaças cibernéticas (93%) e a velocidade das mudanças tecnológicas (85%). Metade desses líderes acredita que o crescimento econômico mundial vai melhorar nos próximos 12 meses, comparado a 19% registrado na edição do ano passado. As razões para esse otimismo incluem a crescente digitalização da economia global e a mudança de comportamento dos consumidores, que abrem portas para novas oportunidades.

Entre os setores analisados na pesquisa global, os líderes do mercado de seguros se destacam na preocupação com a disrupção tecnológica. “Eles estão muito mais receosos



“Entre os setores analisados na pesquisa global, os líderes do mercado de seguros se destacam na preocupação com a disrupção tecnológica. Estão muito mais receosos com o ritmo das mudanças do que líderes de qualquer outra indústria.”

Carlos Matta / PwC Brasil

com o ritmo das mudanças do que líderes de qualquer outra indústria”, afirma Carlos Matta, sócio da PwC Brasil e especialista em seguros. Enquanto nos seguros as ameaças

preocupam 93% dos executivos, nos demais setores este percentual cai para 40%.

Matta explica que os avanços tecnológicos estão sendo capazes de mudar modelos comerciais e operacionais que eram feitos havia décadas pelas seguradoras. Isso, na opinião do executivo, representa um desafio enorme para a indústria. Atualizar-se rapidamente requer estratégias claras e um roteiro para eliminar sistemas ultrapassados, acelerar a automação e estabelecer uma plataforma eficiente.

“As estratégias dos CEOs de seguros sempre foram resultado de um planejamento de longo prazo. Era comum uma seguradora pensar em modelos operacionais e comerciais para duas décadas. Trata-se de um setor tradicional e conservador, mas, com a chegada de novas tecnologias, isso teve que ser repensado”, ressalta Matta.



COMERCIALIZAÇÃO DIGITAL

A tecnologia assusta, mas ao mesmo tempo traz benefícios indiscutíveis para o setor. Segundo pesquisa feita pela PwC, os CEOs estão cientes de que as mudanças tecnológicas são capazes de atrair um volume incontável de consumidores, especialmente os mais jovens. Para o executivo, um modelo de comercialização digital, rápido e dinâmico é



tudo o que os novos consumidores querem ao realizar uma compra. Nesse contexto, a criação de novos produtos que se adequem às necessidades do mercado torna-se fundamental para as seguradoras.

“A atualização tecnológica exige um investimento pesado da seguradora em toda sua estrutura. Mas os CEOs sabem que é um investimento com retorno garantido. Além da possibilidade de angariar novos segurados, a informatização garante barateamento dos custos de operação”, acrescenta Matta.

A chave para essa transformação será o empenho das empresas em atrair novos talentos – fato que gera também preocupação entre os líderes de seguros: apenas 19% dos CEOs dizem que essa é uma tarefa fácil de se realizar. De acordo com a pesquisa da PwC, a maioria dos executivos está preocupada com a escassez de profissionais habilitados digitalmente para atuar no setor. Ainda de acordo com o estudo, 86% dos executivos da indústria acreditam que é preciso fortalecer as habilidades sociais em sua organização em conjunto com as habilidades digitais.

Na opinião do representante da PwC, apesar dos desafios, os CEOs estão otimistas porque, por enquanto, ainda têm tempo para promover as mudanças necessárias. “Uma das razões da confiança dos CEOs na indústria reside no fato de que a disrupção antecipada de novos concorrentes, como as insurtechs e as plataformas digitais, ainda não conquistou o espaço que se temia inicialmente”, conclui Matta. ●

BANCO CENTRAL REGULAMENTA AS FINTECHS DE CRÉDITO

Por meio da Resolução 4.656/2018, o Banco Central regulamentou as fintechs de crédito, em abril, com a criação de duas novas modalidades de instituições financeiras: a Sociedade de Crédito Direto (SCD) e a Sociedade de Empréstimo entre Pessoas (SEP). A primeira caracteriza-se pelas operações de crédito por meio de plataforma eletrônica, com recursos próprios. A SPE realiza operações de crédito entre pares, conhecidas no mercado como *peer-to-peer lending*.

O Banco Central, por meio de sua assessoria de imprensa, informou que a regulamentação prevê que essas instituições possam atuar como representantes de seguros desde que observada a regulamentação do CNSP. Sob o ponto de vista fiscal, as novas sociedades não estão automaticamente sujeitas aos regimes especiais de tributação aplicáveis às instituições financeiras, cuja taxa de tributação sobre o IR pode chegar a 45%.

“A análise literal da legislação demonstra que as SCDs e as SEPs não estão relacionadas no rol taxativos das instituições financeiras. Seguem, por enquanto, o regime geral de Pessoa Jurídica”, esclarece Tiago

“A análise literal da legislação demonstra que as SCDs e as SEPs não estão relacionadas no rol taxativos das instituições financeiras.”

Tiago Rocha / advogado

Rocha, advogado especialista em tributos do escritório Pinheiro Netto Advogados, acrescentando que, independentemente de ser digital ou não, a empresa deve seguir as mesmas exigências tributárias.

As insurtechs já atuam no mercado brasileiro, mas não contam ainda com regulamentação específica da Susep. “O maior desafio é regular algo sobre o qual pouco se sabe a respeito de riscos e consequências práticas. Para melhor compreender este cenário, a Susep avalia a ideia de ingressar no projeto do *sandbox* regulatório junto com a CVM, Previc e o Banco Central”, afirma a analista técnica da Susep, Natalie Hurtado.

IX FÓRUM NACIONAL DE SEGURO DE VIDA E PREVIDÊNCIA PRIVADA DEBATE NOVOS CAMINHOS PARA O PAÍS

Debate sobre o cenário econômico atual e as eleições mostra que o Seguro e a Previdência podem proteger e financiar o País.

A nona edição do Fórum Nacional de Seguro de Vida e Previdência Privada, realizado pela FenaPrevi no dia 12 de junho, em São Paulo, com a presença de mais de 400 pessoas, debateu duas questões de interesse do mercado e de toda a sociedade: o cenário econômico atual e os desafios do novo Governo. Segundo Edson Franco, presidente da Federação, o objetivo é buscar novos caminhos e aprofundar reflexões em relação à proteção social que o País precisa. “Temos um mercado segurador sólido, que pode contribuir para a construção de um País melhor”, afirmou.

Marcelo Picanço, diretor-geral da Porto Seguro, disse que a essência dos debates era discutir propostas para melhorar o futuro das pessoas. “O propósito tem uma natureza nobre”, reforçou. O presidente do Sindicato das Seguradoras de São Paulo (Sindseg-SP), Mauro Batista,

“O mercado está alinhado no propósito de ver o seguro ser reconhecido como um instrumento insubstituível de política macroeconômica para a ampliação da proteção às empresas e à população.”

Jayme Garfinkel / CNseg

comentou os desafios da longevidade e do rápido envelhecimento da população. “Os seguros de pessoas e os planos de previdência privada podem ajudar a superar esses desafios”, disse.

Nesse sentido, o vice-presidente da CNseg, Jayme Garfinkel, destacou a necessidade de aprovação no Senado Federal do projeto sobre o PrevSaúde, que prevê a acumulação de recursos para tratamento de saúde na fase da aposentadoria. “O mercado está alinhado no propósito de ver o seguro ser reconhecido como um instrumento insubstituível de política macroeconômica para a ampliação da proteção às empresas e à população”, ressaltou.

Já o crescimento de 11% dos seguros de pessoas neste ano foi destacado pelo presidente da Escola Nacional de Seguros (ENS), Robert Bittar. “O principal aspecto desse resultado é a inserção social”, disse. Ainda na abertura, o superintendente da Susep, Joaquim Mendanha



▲ PRONUNCIAMENTO do presidente da FenaPrevi,
▲ Edson Franco

de Athaídes, fez breve balanço dos dois anos de gestão, ressaltando a importância da autarquia. “O Brasil tem desigualdades sociais e o órgão regulador tem papel essencial”, pontuou.



BONDE DA HISTÓRIA

Antes de entrar na crise econômica que vive hoje, o Brasil comemorava a melhoria de diversos indicadores sociais, como a redução da desigualdade e o aumento da renda e do emprego. Mas muitas dessas conquistas não resistiram à crise e o que parecia ser mérito do País, era, na verdade, uma onda de crescimento mundial observada nos últimos 24 anos até 2015, que muitos outros países emergentes, como China, Índia e Indonésia, souberam aproveitar bem mais que o Brasil.

“Desperdiçamos a oportunidade. O Brasil está ficando para trás até mesmo de países da América Latina, como Chile, Panamá e até o Paraguai (...). Estamos perdendo o bonde da História.”

Marcos Lisboa / Insper

A análise foi feita pelo economista Marcos Lisboa, diretor do Instituto de Ensino e Pesquisas (Insper), ao comentar o cenário econômico brasileiro atual e suas fragilidades. “O nosso desenvolvimento social, ao contrário do que se diz, não dependeu de nenhuma política social”, afirmou.

Para Lisboa, o fato de o Brasil crescer bem menos que outros países significa que há algo de errado, até porque o mundo todo melhorou nessas mais de duas décadas. “Desperdiçamos a oportunidade. O Brasil está ficando para trás até mesmo de países da América Latina, como o Chile (que se tornou duas vezes mais rico), o Panamá e até o Paraguai, que conseguiu dobrar a sua renda per capita. Estamos perdendo o bonde da História”, ponderou.

Nos quesitos educação, capital e produtividade, o atraso do Brasil se evidencia na comparação com outras nações. Segundo o economis-



▲ DA ESQUERDA PARA DIREITA, Marcelo Picanço, Mauro Batista, Joaquim Mendanha, Edson Franco, Jayme Garfinkel e Robert Bittar

“As pessoas têm cada vez mais informações sobre si mesmas, situação que acarretou mudanças também na parte regulatória, no ambiente de capital e nos produtos. Conhecer o cliente no mundo digital é um grande desafio.”

Chris Madsen/ Aegon Blue Square Re N. V.

ta, a renda por trabalhador no País é cerca de 25% da renda de um trabalhador americano, por exemplo. Pouco menos da metade da diferença de renda entre os países decorre da acumulação de capital físico e educação. “Se tivéssemos a escolaridade média de um americano e o mesmo estoque de capital, ainda assim nossa renda por trabalhador seria apenas de cerca de 60% da americana”, comparou.

● ● ● REVOLUÇÃO TECNOLÓGICA

Os planos de riscos estão mudando significativamente com a aplicação de novas tecnologias, como data analytics e blockchain, segundo Chris Madsen, CEO da Aegon Blue Square Re N. V. “As pessoas têm cada vez mais informações sobre si mesmas, situação que acarretou mudanças também na parte regulatória, no ambiente de capital e nos produtos, dificultando um pouco a operação.

“No Brasil, criamos regras diferentes, uma jabuticaba. Não vejo sentido na diferenciação. Temos de aproximar a (previdência) pública da privada.”

Priscila Grecov / Ministério da Fazenda

Conhecer o cliente no mundo digital é um grande desafio”, acrescentou.

Uma das tecnologias por detrás dessas mudanças é a Internet das Coisas, o conceito em que equipamentos, objetos e pessoas se conectam por meio da internet. Com todos os dados gerados, a tendência é o tratamento personalizado, segundo Madsen, a exemplo do que faz a Amazon, quando recomenda produtos.

“Em Nova York nenhuma apólice de seguro é igual, porque o seguro auto está cada vez mais personalizado”, ressaltou, lembrando



“O Brasil tem perdido posições no PIB mundial. Não é possível pensar em trabalho sem que o País esteja capitalizado.”

Marcio Pochmann /
Fundação Perseu Abramo

do que o início de tudo aconteceu com o *smartphone*, que hoje se conecta aos veículos e envia os dados para a nuvem. “Agora, podemos fazer a interação com o cliente e a melhor avaliação do risco”, disse.

O mediador do painel, Luciano Snel, presidente da Icatu Seguros, concordou que é preciso acompanhar essas tendências. “Temos visto *startups* focadas em ajudar o órgão regulador”, disse. César Neves, coordenador geral de Monitoramento de Conduta da Susep, confirmou que a autarquia criou um

grupo de trabalho nessa área. “Como atuário, pensava que o mundo era determinístico, que a tábua atuarial era para sempre. Mas tudo mudou”, comentou. Para Caio Henrique Cunha, diretor institucional do Rumo Consultório Financeiro, o seguro está em transformação. “Estamos tangibilizando o seguro por meio de aplicativos”, afirmou.



EXPERIÊNCIAS DA OCDE

Jessica Mosher, analista de Políticas na Unidade de Previdência Privada da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), informou que a orientação aos países membros em relação ao regime de previdência é diversificar as fontes de financiamento. “Os planos devem complementar o sistema público e essa diversificação pode ser realizada por meio de vários tipos de planos, como os não contributários e os de contribuição

▲ PÚBLICO superior a 400 pessoas prestigiou a nona edição do Fórum Nacional de Seguro de Vida e Previdência Privada

“Como atuário, pensava que o mundo era determinístico, que a tábua atuarial era para sempre. Mas tudo mudou.”

Caio Henrique Cunha/
Rumo Consultório Financeiro

“Os planos (de previdência) devem complementar o sistema público e essa diversificação pode ser realizada por meio de vários tipos de planos, como os não contributórios e os de contribuição definida.”

Jessica Mosher / OCDE

definida”, pontuou, lembrando que os planos estão sujeitos a riscos do mercado financeiro e demográficos. “No Brasil, por exemplo, o envelhecimento da população trará impactos. Para lidar com esses desafios muitos países têm feito ajustes paramétricos”, informou.

Jorge Pohlmann Nasser, diretor-presidente da Bradesco Vida e Previdência, observou que um dos pontos em comum dos países da OCDE é o aumento da expectativa de vida. “Hoje, temos menos pessoas entrando no mercado de trabalho e mais pessoas vivendo mais. Não existe milagre”, disse. José Cechin, diretor executivo da FenaSaúde e ex-ministro da Previdência, lembrou que algumas opções apresentadas nas palestras já haviam sido aplicadas no Brasil, mas foram descontinuadas nas trocas de governos. “A reforma é inadiável. Será que caminhamos para um pilar capitalizado?”, questionou.

Priscila Grecov, secretária adjunta de Política Microeconômica do Ministério da Fazenda, se referiu ao modelo da complementariedade, apresentado por Jessica, como o ideal. “No Brasil, criamos regras diferentes, uma jabuticaba. Não vejo sentido na diferenciação. Temos de aproximar a pública da privada”, disse.



REFORMA DA PREVIDÊNCIA

No painel que abordou os desafios econômicos do novo Governo, o presidente da Fundação Perseu Abramo, Marcio Pochmann, vinculado ao Partido dos Trabalhadores, falou sobre a necessidade de reverter a polarização no País para,

somente então, implementar programas realistas na eleição. “O Brasil tem perdido posições no PIB mundial. Não é possível pensar em trabalho sem que o País esteja capitalizado”, disse.

Mauro Benevides Filho, professor da Universidade Federal do Ceará (UFC), informou que o Partido Democrático Trabalhista, para quem presta assessoria, já tem pronta uma proposta de governo. “Entre outras medidas, prevê desonerações tributárias para setores produtivos, compensadas pela criação, simplificação e aumento de impostos específicos, de forma compensatória”, informou. Sobre ajuste fiscal, Gustavo H. B. Franco, sócio da Rio Bravo Investimentos e assessor econômico do Partido Novo, foi taxativo. “O problema sempre é resolvido à custa da penalização do consumidor. O desafio é fazer diferente”, propôs.

Hélio Zylberstajn, professor da Faculdade de Economia da Universidade de São Paulo (FEA/USP) e coordenador do Projeto Salarimetro da Fipe, encerrou o último painel com a apresentação de uma proposta de reforma paramétrica do atual sistema de previdência e

“A proposta é utilizar os recursos do FGTS para acelerar a formação de reservas do trabalhador, em regime de capitalização em contas individualizadas. Esta reforma é para frente. Pode não ser suficiente, mas é a mais fácil.”

Hélio Zylberstajn / FEA/USP

a criação de um sistema para novos trabalhadores. O modelo se baseia em quatro pilares e visa, entre outras medidas, garantir um teto para um benefício mínimo universal. “A proposta é utilizar os recursos do FGTS para acelerar a formação de reservas do trabalhador, em regime de capitalização em contas individualizadas. Esta reforma é para frente. Pode não ser suficiente, mas é a mais fácil”, disse. ●

BRASILEIROS DESCONHECEM PROBLEMAS DA PREVIDÊNCIA

Divulgada durante o Fórum, uma pesquisa do Instituto Ipsos, realizada a pedido da FenaPrevi, aponta que 43% dos brasileiros veem necessidade de Reforma da Previdência e 49% acham que o problema deve ser tratado pelo novo presidente. No grupo de 1.200 entrevistados, em 72 municípios no mês de abril, a maioria considera a previdência sustentável, apesar de desequilíbrio das contas do INSS.

Para 76%, o INSS é a principal fonte de renda na fase de aposentadoria. Em relação à idade, 51% esperam se aposentar antes dos 65 anos e 48% não sabem que valor receberão no futuro. “Temos de melhorar o nível de entendimento dos problemas, democratizar e facilitar o acesso aos instrumentos privados de proteção social”, avaliou o presidente da FenaPrevi, Edson Franco.



“Temos de melhorar o nível de entendimento dos problemas, democratizar e facilitar o acesso aos instrumentos privados de proteção social.”

Edson Franco / FenaPrevi



PSICOLOGIA DA DECISÃO SOBRE SEGUROS

Falta de familiaridade com o seguro, fruto da cultura ainda pouco disseminada no País, joga contra a decisão do consumidor de adquirir produtos oferecidos pelo mercado

Ciências comportamentais, como psicologia econômica e economia comportamental, estudam, em detalhe, como tomamos decisões e os fatores presentes nesse processo. Como contratar um seguro é uma decisão a ser tomada, examinar o que ocorre em nossa mente quando estamos diante de uma escolha como essa pode ser útil para compreender melhor, por exemplo, por que a cultura securitária ainda é insuficientemente disseminada no Brasil.

Podemos começar com a pergunta que muitas pessoas se fazem, em diferentes situações: “comprei um carro caro, gastei muito dinheiro nele, e agora teria que gastar mais ainda com o seguro – será que eu preciso mesmo?”; ou esta: “em plena crise, é hora de cortar custos! Paciência, vou ficar sem plano de saúde... Se acontecer alguma coisa muito grave, vou no SUS”.

O que encontramos nesses casos, tão comuns, é uma combinação de fatores, já identificados pela psicologia econômica e economia comportamental, que descrevemos abaixo:

- Excesso de otimismo [“o risco é baixo, não preciso me precaver...”] e de autoconfiança [“tenho certeza de que, comigo, não vai acontecer nada, eu me viro sem problema!”] – essas características são humanas, encontradas na maioria das pessoas, e a elas se junta uma outra limitação, também geral, que é a dificuldade para

Talvez falte uma visão mais nítida de qual seria a real razão para se ter um seguro: usufruir do bem-estar e da tranquilidade agora, sabendo que existe uma proteção que pode, ou não, ter que ser acionada.

identificar riscos, o que leva muitos a correr os riscos de forma desavisada, sem qualquer preparo adequado;

- Aversão à perda é outro aspecto que constitui o ser humano em sua essência – nós descendemos daqueles ancestrais que perderam menos, pouparam recursos e a si mesmos, de modo que essa marca é tão forte em nossa mente que pode comprometer a correta análise e avaliação de cenários; no caso dos seguros, o gasto que ele representa pesa contra a decisão de contratá-lo, enquanto a pessoa tenta ‘se enganar’ com justificativas que, na verdade, ficam distantes da realidade;

- Além disso, a escolha por um seguro sempre envolve a necessidade de considerar o futuro, o longo prazo e, novamente, essa não é a tendência humana natural... Ao contrário, em geral, preferimos focar no presente, no curto prazo, no que incomoda, ou gratifica, já, mesmo quando isso possa representar problema, ameaça ou prejuízo mais à frente.

São, portanto, vários fatores ‘jogando contra’. Falta familiaridade com seguros e “comportamento de manada” nessa direção, isto é, se a maioria das pessoas aderisse a eles, isso poderia levar cada vez mais gente a fazer o mesmo. Faltam, também, informações mais frequentes e claras a esse respeito – e, nesse sentido, o Programa de Educação em Seguros da CNseg pode ser um passo importante para começar a encaminhar esse problema.

Mas, acima de tudo, talvez falte uma visão mais nítida de qual seria a real razão para se ter um seguro: poder usufruir do bem-estar e da tranquilidade agora, sabendo que existe uma proteção que pode, ou não, ter que ser acionada. Em outras palavras, o benefício maior do seguro é que ele não precise ser usado. Mas, se for necessário, ele estará ali, para minimizar danos e oferecer uma rede de proteção que pode fazer a diferença para alguém conseguir se reerguer depois de um revés ou, ao contrário, entrar numa espiral de desorganização financeira, que aprofunda o desafio que ela já estiver enfrentando. ●

INFORMAÇÃO DE QUALIDADE PARA AJUDAR A TOMADA DE DECISÕES

A CNseg produz informações fundamentais para embasar discussões do mercado e desempenhar bem seu papel de representante do setor de seguros

Promovido pela CNseg e as quatro Federações associadas (FenSeg, FenaPrevi, FenaSaúde e FenaCap), o “23º Encontro de Líderes do Mercado Segurador” superou todas as expectativas. O segredo do sucesso da receita adotada pelos organizadores foi usar, na medida certa, os ingredientes mais adequados, tendo como tempero especial a amplitude dos temas tratados, todos muito próximos ou até mesmo interligados à missão e ao papel que cabe ao mercado de seguros, incluindo o novo comportamento da sociedade.

Informação é, sem dúvida, peça-chave para tomada de decisão e posicionamento de qualquer agente. Não por acaso, a coleta, manutenção e cruzamento de grandes bases de dados têm se tornado atividades cada vez mais importantes em organizações públicas e privadas. Se, por um lado, angariar uma imensa quantidade de dados não é mais obstáculo, fazer com que estes dados se tornem informação é o grande desafio.

Neste contexto, para desempenhar o importante papel de representar o setor de seguros de forma ampla e equânime perante os órgãos governamentais, os consumidores e a sociedade em geral, é essencial que a CNseg produza informações no intuito de embasar discussões e exercer suas demais atribuições. Esta função lhe confere a capacidade de tratar os dados do setor por um conceito uniformizado, tomando-se referência para o público. Adicionalmente, sua neutralidade permite angariar e analisar dados, mantendo a confidencialidade das informações individualizadas de cada empresa.

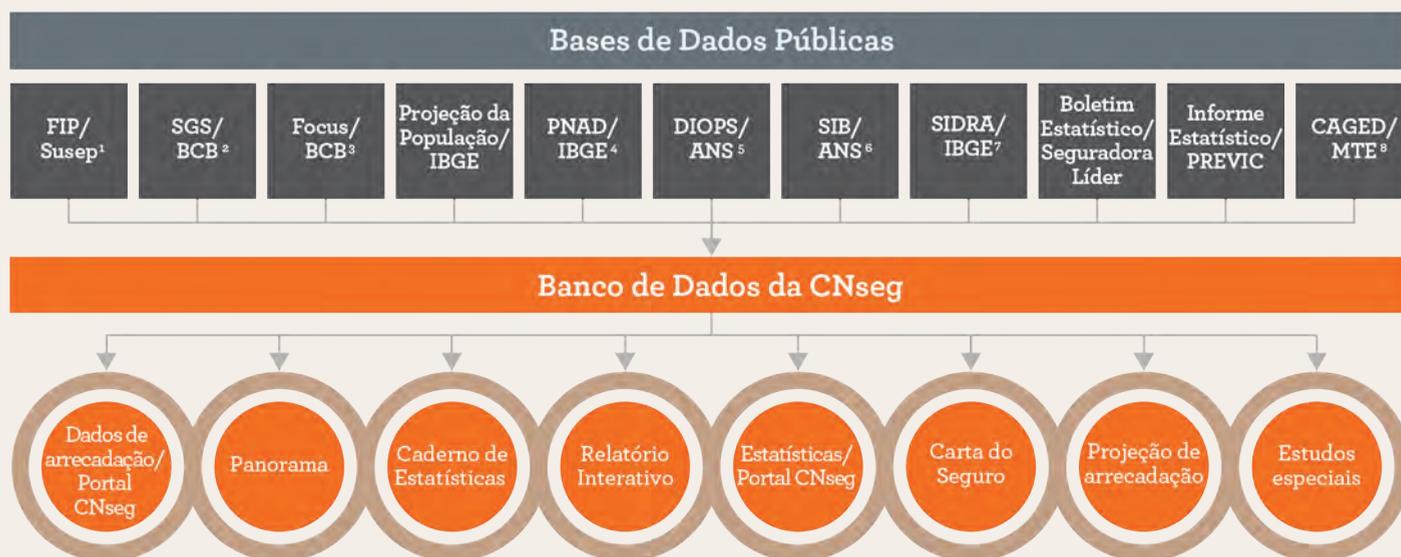
Para tanto, a CNseg tem se empenhado nos últimos anos para entregar informação de qualidade, produzindo gráficos e tabelas com estatísticas padronizadas e com consistência temporal do mercado, como as Projeções de Arrecadação, os Relatórios Interativos, o Panorama do Mercado Segurador, e o Caderno de Estatísticas, cujos detalhamentos estão no quadro ao lado.

Por trás destas iniciativas, há um grande arcabouço técnico, que é acionado quando necessário. Como exemplos, é possível citar o caso da re-

constituição histórica das contas de prêmio e sinistro, devido à mudança de critério definido pela Susep, em dezembro de 2013; a padronização de variáveis para os segmentos de Ramos Elementares, coberturas de Pessoas, Capitalização e Saúde Suplementar; o estabelecimento de medidas de corte para classificação de porte das empresas supervisionadas pela Susep, construídas com metodologia de *cluster* baseada em prêmio e patrimônio líquido; e a construção de cenários para as variáveis exógenas utilizadas nas projeções de arrecadação, entre diversas outras definições.

Os principais dados do mercado, que servem a estes propósitos, são provenientes de bases oficiais publicadas pelos órgãos supervisores e construídas com informações enviadas pelas companhias supervisionadas. No setor de Saúde Suplementar, a Agência Nacional de Saúde Suplementar (ANS) tem estabelecidos os sistemas de informações econômico-financeiras, por meio do “Documento de Informações Periódicas das Operadoras de Planos de Assistência à Saúde” (DIOPS), de beneficiários, com o “Sistema de Informações de Beneficiários” (SIB), de atenção à saúde, por meio da “Troca de Informações na Saúde Suplementar” (TISS), entre outros. Já a Susep exige o envio do “Formulário de Informações Periódicas” (FIP), que contém quadros com informações cadastrais e contábeis, o FIP Estatístico, com dados analíticos, e dados individualizados de apólices, que são enviados ou mantidos nas companhias para fiscalização a qualquer tempo – e, poucos deles, disponibilizados ao público para consulta.

Muitas vezes, informações produzidas por outras instituições ou pelos próprios órgãos supervisores com estas mesmas bases podem apresentar diferenças em relação àquelas divulgadas pela CNseg por conta de tratamentos realizados sobre os dados, visando à uniformidade de conceitos, à coerência de valores agregados e à supracitada padronização de variáveis para os diversos segmentos. Um exemplo disso é que a CNseg utiliza, para os Ramos Elementares, coberturas de Pessoas e Capitalização, quando possível, dados prove-



Notas: 1 - Formulário de Informações Periódicas - Alimenta o SES/Susep; 2 - Sistema Gerador de Séries do Banco Central; 3 - Relatório de expectativas de mercado do Banco Central; 4 - Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios; 5 - Documento de Informações Periódicas das Operadoras de Planos de Assistência à Saúde; 6 - Sistema de Informações de Beneficiários; 7 - Sistema IBGE de Recuperação Automática; 8 - Cadastro Geral de Empregados e Desempregados do Ministério do Trabalho e Emprego

nientes das demonstrações contábeis das empresas, apesar de dados sobre prêmios, contribuições e faturamento estarem disponíveis em outras bases.

Além disso, dados regionalizados nas bases da Susep podem, quando agregados, não ser consistentes com os dados informados para o País como um todo. Outro exemplo são os tratamentos aplicados à base DIOPS da ANS, que procuram, por meio de uma metodologia própria, manter o histórico de dados de empresas que não enviaram informações sobre determinado período.

Os dados coletados nas principais bases do setor podem levar a informações muito mais valiosas quando combinados com variáveis econômicas, sociais e financeiras, contextualizando-os de forma a viabilizar análises e estudos mais aprofundados. No total, estão disponíveis hoje no banco de dados estatísticos da CNseg cerca de 50 variáveis produzidas com informações de diversas fontes sobre outros mercados e sobre a economia nacional e internacional, que torna possível seu cruzamento com dados do mercado segurador.

Apesar desta volumosa quantidade de dados disponíveis, ainda há espaço para melhor informar a sociedade sobre a importância e abrangência do setor. Número de apólices vigentes em cada ramo, capital segurado e perfil de segurados, mesmo que disponibilizados de forma agregada, poderiam apresentar uma fotografia do quanto e quais as pessoas e instituições estão protegidas, as preferências do consumidor, além de identificar lacunas ainda não preenchidas pelo setor.

Análises como estas permitiriam conhecer, por exemplo, a população que conta com a proteção do seguro, após uma catástrofe natural, possibilitando uma atuação mais focada e, portanto, mais eficiente. Seria também importante instrumento para o desenvolvimento de novos produtos e aprimoramento das estratégias de comercialização das seguradoras.

Em tempos de transformações rápidas e significativas, a CNseg, com um trabalho permanente de aperfeiçoamento de seu inventário de dados e, por conseguinte, da segurança destas informações, busca atender aos interesses do setor e da sociedade cada vez mais e melhor.

Para mais informações sobre os dados e iniciativas elaborados pela CNseg, entre em contato pelo e-mail estudos@cnseg.org.br. ●

Relatório Interativo

Ferramenta digital, disponibilizada mensalmente, em que a empresa pode visualizar seus dados e compará-los com os do mercado em quatro aberturas temporais: anual, anual móvel, trimestral e mensal.

Caderno de Estatísticas

Compilação com cerca de 500 gráficos, segregados em seções de visão geral, por região geográfica e por segmentos.

Projeções de Arrecadação

Publicação trimestral da expectativa de arrecadação do mercado num horizonte de 2 anos baseada em modelo econométrico, estimado com variáveis macroeconômicas, considerando cenários pessimista e otimista.

Panorama

Análise dos movimentos recentes e esperados do mercado segurador, relacionando-os com o contexto macroeconômico numa publicação trimestral.

COMO ENCANTAR O NOVO CONSUMIDOR DE SEGUROS?

Estudo mostra que as empresas precisam oferecer uma experiência funcional, emocional e espiritual para atingir o cliente, cada vez mais consciente e conectado.

O consumidor atual já não se satisfaz apenas com bons preços e serviços de excelência – quer algo mais, que torne encantadora sua interação com a marca, no pré e no pós-venda, sem percalços do início ao fim. A conclusão é de um estudo recém-divulgado pela Comissão de Inteligência de Mercado da CNseg, que constatou: em apenas alguns anos, 89% das empresas irão competir principalmente no âmbito da experiência do consumidor. Ter um olhar criterioso sobre o assunto tornou-se, portanto, imprescindível para as companhias.

Realizado ao longo de 2017, o estudo partiu do *benchmarking* com empresas de diversos setores, em busca de boas práticas em experiência do cliente, que pudessem ser reproduzidas no mercado segurador. Entre as seguradoras, a Comissão trabalhou com aquelas que representam 34% do volume arrecadado pelo setor, das quais 52% atuam na área de seguros gerais e 65% têm área de experiência do cliente. Entre as seguradoras consultadas, 92% criam planos de ação a partir do retorno de seus consumidores e 100% acompanham a implementação de melhorias.

“Boa parte dos produtos do mercado segurador tem características próximas, o que leva o



“São ações (de educação em seguros) que também contribuem para ampliar o mercado. As empresas têm que se mobilizar para oferecer um olhar mais humanizado para a experiência do cliente.”

Karina Machado / GT CNseg

cliente, muitas vezes, a decidir pelo preço. Mas esse comportamento tende a mudar”, afirma Karina Maia Machado, coordenadora do Grupo de Trabalho da Comissão.

MARKETING 3.0

A experiência que o cliente busca, segundo o estudo, está diretamente ligada aos pilares do chamado Marketing 3.0, que teriam, de modo geral, o mote ‘guiado por valores’. Esses pilares tratam de temas como a nova onda tecnológica e a ideia de fazer do mundo um lugar melhor, em que o ser humano se sente pleno. Neste contexto, as empresas precisam oferecer uma experiência funcional, emocional e espiritual, na qual fique clara a colaboração de muitos para muitos. Eis aí o caminho para atingir um consumidor cada vez mais consciente e conectado.

Não é um caminho fácil. O consumidor do início do século XXI, segundo o estudo, está empoderado por informação, sabe que tem diversas oportunidades de escolha e se destaca pelo comportamento imediatista, além de compartilhar tudo que vivencia e pensa. Para agradá-lo, as empresas precisam entender que ele confia mais na opinião de seus pares do que nas fontes de informação tradicionais e que compartilha todas suas experiências nas redes sociais (positivas ou negativas) e que quer ser mimado e ter atenção especial.



No Brasil, soma-se a esses fatores uma característica cultural, que salta aos olhos da coordenadora do estudo: a falta do hábito de se proteger e de proteger o próprio patrimônio. “Quando a população não tem a cultura da aquisição de produtos financeiros, não se preocupa em guardar dinheiro, não sabe como lidar com a organização doméstica e familiar e não vislumbra o futuro sob estes aspectos, as seguradoras, de certa forma, estão sempre competindo pelos mesmos clientes, ou seja, aquele que já tem ou teve um produto de seguros”, observa Karina.



EDUCAÇÃO EM SEGUROS

Nesse aspecto, as informações servem de base para ampliar iniciativas que a própria CNseg já vem adotando, em relação à educação

Entre as seguradoras consultadas, 92% criam planos de ação a partir do retorno de seus consumidores e 100% acompanham a implementação de melhorias.

em seguros. A ideia é conscientizar a população sobre a importância do planejamento financeiro para a proteção de seu patrimônio e para tomar decisões corretas na hora de contratar seguros, previdência privada, saúde suplementar e capitalização. “São ações que também contribuem para ampliar o mercado. As empresas têm que se mobilizar para oferecer um olhar mais humanizado para a experiência do cliente”, afirma.

O *benchmarking* com empresas de outros setores ajudam o mercado segurador a criar esse “olhar humanizado”, pois 52% dos clientes param de comprar, após uma experiência negativa. No total, 96% dos clientes não reclamam, mas 91% vão embora e não voltam mais. Um consumidor tem quatro vezes mais chance de mudar para a concorrência quando tem um problema com o serviço do que com o preço. Mais do que isso: 60% preferem um bom atendimento.

O estudo aponta que investimentos em experiência do cliente têm um retorno de 300%. Esse resultado combina fatores diversos: clientes fiéis valem dez vezes mais do que valiam em sua primeira compra. Um aumento de 2% na retenção de consumidores significa um decréscimo de 10% nos custos. A empresa que consegue reduzir a deserção de clientes em 5% obtém um lucro de 25% a 125% maior. E um dado fundamental: um cliente precisa de 12 experiências positivas para apagar uma negativa.

“Se analisarmos a pesquisa com as empresas de seguros, 93,4% afirmam que percebem relevância no aprofundamento do tema e têm interesse em desenvolvê-lo nos próximos três anos, pois entendem que gera retorno financeiro. Em princípio, há um olhar para a questão”, avalia Karina.



DISCURSO E AÇÃO

O problema é a distância que há entre a compreensão, o conhecimento e a prática. De todas as empresas entrevistadas, 73,4% afirmam que conseguem alinhar discurso e ação na experiência do cliente. As informações colhidas pelo estudo deixam claro que as iniciativas só acontecem quando há um grande trabalho de gestão de mudança e de aculturação dos colaboradores, com o envolvimento do alto escalão na liderança do projeto e, principalmente, quando se consegue correlacionar ganhos financeiros a índices de satisfação, engajamento, permanência e outras métricas.

“O estudo evidencia que as dificuldades e vivências das empresas em relação à experiência do cliente são muito próximas, independentemente do segmento a que pertencem. Ou seja, não é somente o setor de seguros que tem muito a evoluir”, conclui.

UM PRODUTO SOB MEDIDA PARA A GARANTIA DOS MERCADOS

Ao contratar o seguro garantia judicial, o segurado fica livre do pagamento de indenizações que eventualmente seja obrigado a pagar em decorrência de processos.

Desde que a nova legislação trabalhista entrou em vigor com a aprovação da reforma em julho de 2017, a contratação do seguro garantia judicial vem crescendo. De acordo com a Federação Nacional de Seguros Gerais (FenSeg), em 2017, a procura foi 50% maior. Voltada especificamente para ações cuja natureza judicial requer algum tipo de depósito em juízo para a continuidade do processo, essa espécie de seguro garantia é uma alternativa à caução em dinheiro, à penhora de bens e à apresentação de carta de fiança bancária.

O seguro garantia judicial pode ser usado como caução em processos trabalhistas, ações cíveis, execuções fiscais, medidas cautelares e de segurança, entre outros. Isso significa que, ao contratar o seguro garantia judicial, o tomador estará afiançando, ao juízo da ação, o pagamento das indenizações que porventura venha a ser obrigado a fazer, em decorrência do processo que estiver enfrentando.

“As empresas têm se utilizado do seguro garantia judicial para afiançar todos os novos pro-



“As empresas têm se utilizado do seguro para garantir os novos processos judiciais em discussão. Ao mesmo tempo, vem crescendo a busca pelo produto para substituir garantias apresentadas no passado.”

Roque Melo / FenSeg

cessos judiciais em discussão e, ao mesmo tempo, vem crescendo a busca pelo produto para substituir garantias apresentadas no passado”, destaca Roque Melo, presidente da Comissão de Riscos de Crédito e Garantia da FenSeg, que em 2016 publicou a cartilha “Entenda o Seguro Garantia Judicial”.

BENEFÍCIOS FINANCEIROS

Segundo especialistas, o modelo de garantia traz benefícios financeiros para empresas dos setores privado e público, que passaram a ter esta alternativa ao depósito judicial em dinheiro que, via de regra, causa desequilíbrio no fluxo de caixa. Esta modalidade de seguro contribui, portanto, para que as empresas, especialmente do setor privado, não percam a competitividade no mercado diante de ações trabalhistas, mantendo seu capital de giro.

Para a advogada Luane Fernandes, do escritório Petraroli Advogados, a incorporação desta



APÓS AS MUDANÇAS, APÓLICES SÃO VISTAS COMO ALIADAS

As empresas brasileiras que enfrentam processos na Justiça gastavam milhões, antes da reforma, para dar entrada nos pedidos de recursos. Por isso, as apólices de seguro garantia judicial passaram a ser vistas como aliadas importantes – e a modalidade passou a ser legalmente prevista com a revisão das leis trabalhistas.

Desde 11 de novembro de 2017 em vigor, a Lei nº 13.467/17, modificou a Consolidação das Leis Trabalhistas (CLT) e garantiu

que, nas ações judiciais em fase de execução, as empresas pudessem usar o seguro garantia judicial como forma de preservar seu patrimônio e, além disso, também em ações cíveis. Com o passar dos anos, as reclamações trabalhistas se avolumaram e os custos para pedido de recurso foram ficando cada vez mais altos.

A incorporação desta forma de seguro na CLT proporcionou às empresas a possibilidade de fugir daquelas situações, muitas vezes, sem saída: o pagamento de valores altos previstos nas taxas de re-

colhimento para recursos, na fase de execução, e prazo muito curto para quitação de débito.

Num cenário ainda pior, as empresas poderiam ser levadas à penhora on-line, sofrendo posteriormente com a limitação do crédito junto às instituições financeiras. A reforma trabalhista possibilitou que a opção de utilizar o seguro garantia judicial diminuísse, consideravelmente, todas essas consequências e possíveis inadimplências das empresas, provenientes da fase executiva.

forma de seguro pela lei trabalhista permitiu que as empresas possam fugir de situações delicadas como na fase de execução dos processos trabalhistas, por exemplo, que têm altas taxas das guias de recolhimento para recurso, prazo limitado de 48 horas para quitação do débito, bem como penhoras on-line e limitação de crédito junto aos bancos.

“A reforma trabalhista, ao oferecer a opção de utilização do seguro garantia judicial, diminuiu principalmente, além de outros fatores, o comprometimento do caixa da empresa”, explicou a advogada.

DIREITOS PRESERVADOS

Ao utilizar essa modalidade de garantia, todas as partes envolvidas nas ações judiciais são beneficiadas com a agilidade, praticidade e com processos menos onerosos. O processo garante que o credor e devedor sejam beneficiados, tendo os seus respectivos direitos de responsabi-



“A reforma trabalhista, ao oferecer a opção de utilização do seguro garantia judicial, diminuiu principalmente, além de outros fatores, o comprometimento do caixa das empresas.”

Luane Fernandes / advogada

lidade patrimonial preservados. Em outras palavras, isso significa custos processuais reduzidos, quando comparados à normativa da orientação jurisprudencial de execução anterior.

“As vantagens são inúmeras, desde maior agilidade no tocante à análise do risco e emissão da garantia, menor onerosidade para o tomador, considerando que o seguro garantia judicial representa a forma de garantia de menor custo, quando comparada às demais e, ainda, não afeta os limites de crédito do tomador frente às instituições financeiras, como ocorre com a fiança bancária”, afirma Roque Melo, destacando ainda que o corretor de seguros deve ficar atento ao potencial dessa modalidade.

O momento para a mudança na lei foi oportuno: após um ano de recessão econômica, as empresas olham para o futuro com metas de controle e redução de despesas. “Em comparação com a carta fiança bancária, o seguro garantia judicial tem um valor consideravelmente menor para o tomador, uma vez que a fiança funciona como um empréstimo e, portanto, com altas taxas de juros”, acrescenta Luane. ●

REGULAÇÃO PARA PROTEGER OS DADOS PESSOAIS

Projeto de lei para garantir a proteção da privacidade de usuários e a segurança jurídica de empresas no Brasil foi sancionado pelo presidente da República em agosto.

Notícias produzidas por mídias e fontes oficiais compartilhadas fora de contexto, em redes sociais e buscadores globais (matéria-prima das fake news), refletem uma nova ordem criada a partir do uso de dados privados, levando o mundo a buscar ordenação para o caos virtual. Os interesses são tão astronômicos quanto estratégicos, inclusive para governos, como mostram o imbróglgio envolvendo a última eleição norte-americana e as frequentes notícias sobre vazamentos de dados, como da Cambridge Analytica. Não por acaso, a União Europeia validou, em maio, uma nova lei de proteção de dados pessoais, que tem o poder de afetar a vida de empresas e usuários que tiverem relações com os países do bloco.

O Regulamento Geral de Proteção de Dados (GPDR, na sigla em inglês) é a mais dura reação do bloco europeu à espionagem virtual em massa entre países. A iniciativa é vista por alguns como um protecionismo irreal, e por outros como uma derradeira tentativa de proteção à privacidade do conteúdo divulgado por grandes empresas como Facebook, Apple, Google, Microsoft e Twitter, que coletam informações até dos aparelhos celulares.

“Este movimento é um avanço natural em relação ao estabelecimento da internet como

mídia de massa. Assim como o telégrafo, o rádio, a televisão, os meios impressos passaram por processos de regulação e boas práticas, tanto de governos como de mercado, chegou a hora de a internet começar a consolidar estas questões”, compara Paulo Henrique Ferreira, mestre em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo e especialista em produtos de conteúdo digital.



SISTEMAS DE GESTÃO

Um dos setores mais afetados pelas mudanças, que parecem inexoráveis, é o de seguros. O GPDR impõe uma série de medidas concretizáveis a partir da redefinição dos processos de negócio do mediador de seguros, sustentados em tecnologia de registro e controle integrado nos sistemas de gestão. A tecnologia permite a implementação de soluções neste sentido, por meio da configuração de perfis de usuários com acesso ou não a dados pessoais, encriptação de dados, rotinas de backup, de minimização e eliminação de dados. Estimativas apontam que a lei pode movimentar R\$ 100 milhões no mercado de seguros nos próximos cinco anos. Todas as empresas que trafegam dados vão ter que seguir essa lei.

Advogado especialista em proteção de dados pessoais, Mario Viola vê na GDPR uma oportunidade para o mercado de seguros nacional assumir a vanguarda do debate no País, pois abriu a oportunidade para os setores produtivos ficarem atentos às suas operações. “O GDPR traz a necessidade de adoção de medidas de transparência no tratamento de dados pessoais, assim como o estabelecimento de uma política de governança dos dados pessoais por parte das empresas. O setor de seguros, um dos que mais se vale desses dados para a sua atividade, deve olhar para sua operação e ver o que está sendo feito e o que ainda pode melhorar, diante da nova Lei Geral de Proteção de Dados.”

O Brasil aderiu à onda protecionista. O projeto que criou a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, aprovado no Senado em 10 de julho, foi sancionado pelo presidente Michel Temer em 14 de agosto. A legislação brasileira define o que são dados pessoais – informações que identifiquem seus donos de alguma forma – e regulamenta como eles devem ser tratados, para garantir a proteção da privacidade dos usuários e a segurança jurídica das empresas que irão usar estes dados.

O texto aprovado veta a criação da Agência Nacional de Proteção de Dados (ANPD),



“Assim como o telégrafo, o rádio, a televisão, os meios impressos passaram por processos de regulação e boas práticas, tanto de governos como de mercado, chegou a hora de a internet começar a consolidar estas questões.”

Paulo Henrique Ferreira / ECA/USP



“O setor de seguros, um dos que mais se vale desses dados para a sua atividade, deve olhar para sua operação e ver o que está sendo feito e o que ainda pode ser melhorado, diante da nova Lei Geral de Proteção de Dados”.

Mario Viola / advogado



OS PRINCIPAIS PONTOS DO GDPR

- Usuários podem, em algumas situações, ver, corrigir ou até deletar as informações que empresas guardam sobre eles;
- Empresas devem coletar apenas dados necessários para que seus serviços funcionem;
- Informações de crianças ganham proteção especial;
- Clientes que tiverem dados hackeados devem ser avisados em até 72 horas;
- Empresas devem informar com linguagem compreensível sua política de proteção de dados;
- Infratores são punidos com multa pesada, de 20 milhões de euros ou 4% do volume global de negócios da empresa;
- Dados de cidadãos europeus podem ser transferidos só para países com lei de proteção de dados equivalente à europeia;
- Empresas que ofereçam produtos e serviços direcionados a consumidores europeus têm de seguir a lei europeia ainda que não estejam sediados na União Europeia.
- Empresas têm de adotar políticas de governança dos dados pessoais, com medidas de transparência e segurança da informação.

pois o presidente entendeu que houve um “vício de iniciativa” na proposta da criação do órgão. Segundo ele, uma nova proposta para a formação da agência será enviada ao Congresso. Com a sanção presidencial, a Lei Geral de Proteção de Dados deve começar a valer dentro de um ano e meio.



ISOLAMENTO JURÍDICO

Último relator da proposta, o senador Ricardo Ferraço (PSDB-ES) destacou as oportunidades de investimento financeiro internacional perdidas pelo Brasil em razão do “isolamento jurídico”, por não dispor, até en-

tão, de uma lei geral e nacional de proteção de dados pessoais. “O dado pessoal é hoje insumo principal da atividade econômica em todos os setores possíveis da sociedade”, argumenta.

Lançado há um ano pela Confederação Nacional da Indústria (CNI), o relatório “Em busca de soluções: atributos de autoridade de proteção de dados eficazes” já elencava as características que devem nortear uma atuação equilibrada do agente regulador. Gerente executivo de Política Industrial da CNI, João Emílio Gonçalves avalia: “O Brasil está atrasado em relação a outros países, mas isso nos dá a vantagem de aprender com o que já vem sendo feito e criar uma legislação que dê segurança e privacidade, sem criar barreiras ao desenvolvimento da indústria”, afirmou. ●

ODONTOLOGIA SUPLEMENTAR CONQUISTA BRASILEIROS

Com 23,7 milhões de usuários atuais, os planos estimam chegar em 2020 à marca de 26,1 milhões brasileiros beneficiários, segundo o Sinog.



“A saúde suplementar odontológica vem registrando crescimento sólido porque há uma conscientização cada vez maior em relação aos benefícios dos planos, cuja cobertura é ampla para a parte preventiva.”

Geraldo Lima / Sinog

E não para por aí. Até 2020, a expectativa é chegar à marca de 26,1 milhões brasileiros com planos odontológicos, segundo informou Geraldo Almeida Lima, presidente do Sindicato

Muito se fala sobre o poder de um remédio bastante popular e acessível a todos, que teria a propriedade de combater a depressão e o estresse, melhorar a digestão e até deixar a pele mais bonita. Esse “remédio” é o sorriso. Quanto mais largo e aberto, mais poderoso. E será usado com mais confiança por quem tiver uma boa saúde bucal. Nesse ponto, a odontologia suplementar vem contribuindo bastante para a melhoria da qualidade de vida de muitos brasileiros. Mais precisamente, de 23,7 milhões de pessoas.

Esse é o número atual de beneficiários de planos odontológicos no País. Quem entra para essa rede, descobre o poder da prevenção de doenças, a partir da melhoria da sua saúde bucal. E pelo visto, as vantagens de ter acesso a uma rotina de cuidados odontológicos estão aproximando cada vez mais as pessoas dos dentistas. Tanto que a previsão do segmento é fechar o ano de 2018 com um aumento de 3,1% no volume de negócios.

Nacional das Empresas de Odontologia de Grupo (Sinog). “A saúde suplementar odontológica vem registrando crescimento sólido porque há uma conscientização cada vez maior em relação aos benefícios dos planos, cuja cobertura é ampla para a parte preventiva”, informa.

O ticket médio do plano odontológico é mais baixo, segundo explica Lima, o que se torna um fator de retenção dos beneficiários. “Na crise econômica que enfrentamos, houve perda nos planos de saúde, mas a odontologia manteve um ritmo de crescimento”, acrescenta.

Atualmente, 400 operadoras exclusivamente odontológicas cuidam da saúde bucal dos 23,7 milhões de beneficiados, número que representa apenas 12% da população, segundo dados da Agência Nacional de Saúde Suplementar (ANS). Por isso, a expectativa de crescimento é grande, por parte do setor.

Dados do Conselho Federal de Odontologia indicam que existem cerca de 537 mil profissionais envolvidos no segmento, sendo que mais de 65% dos cirurgiões-dentistas do País estão



“O produto odontológico é acessível e seria um bom produto para ser oferecido individualmente. Porém, exige investimento em suporte de sistema para gestão. No coletivo, a inadimplência não existe.”

Regina Juhás / OdontoPrev



“Gosto da facilidade de procurar um profissional no rol de conveniados. Hoje faço a prevenção sempre com a mesma dentista, que atende no Centro da cidade, ao lado do meu escritório. É prático e funcional.”

Michael Fahey / usuário

vinculados às operadoras de planos odontológicos. “O convênio faz uma parceria com o profissional, cobre seu risco de crédito, faz a publicidade do profissional e canaliza não apenas

os associados como clientes, mas também os familiares que não têm plano”, enumera Lima.



OFERTA INDIVIDUAL

Há, porém, desafios a enfrentar. Regina Juhás, superintendente de Gestão da Qualidade da OdontoPrev, observa que a maior parte dos beneficiários da odontologia suplementar é proveniente de planos coletivos. “O produto odontológico é acessível e seria um bom produto para ser oferecido individualmente. Porém, exige um investimento em suporte de sistema para gestão. No coletivo, por exemplo, a inadimplência não existe, explica ela, que acumula 23 anos de experiência de gestão de área técnica do setor.

Regina identifica que existem pelo menos 80 milhões de pessoas no País que são clientes em potencial dos planos odontológicos. E informa que os procedimentos em odontologia tiveram aumento no ano passado, enquanto os médicos foram reduzidos. O mesmo ocorreu com o número de beneficiários, que passou de 20,6 milhões (março de 2008) para 23,7 milhões (março de 2018), segundo dados do Instituto de Estudos de Saúde Suplementar (IESS). A taxa de cobertura também teve um incremento importante e chegou a 21,1% nas capitais. Isso significa que, a cada 100 brasileiros, 21 têm um plano odontológico. Na faixa etária de 20 a 59 anos, a taxa de cobertura passa dos 15%.

Na opinião da especialista, o maior entrave para o segmento deslançar está na regulação junto à ANS, pois os planos odontológicos seguem as mesmas regras estabelecidas para os planos de saúde, apesar de ter um ticket médio

bem menor. “Essa pauta tem muitas solicitações e estamos trabalhando para equacionar isso. Não somos contra a regulação, apenas buscamos um equilíbrio em relação às características dos planos odontológicos que são diferentes dos planos de saúde”, afirma Regina Juhás. Ela acrescenta que algumas operadoras não terão vocação para lidar com planos de pessoa física. Porém, ela percebe que há uma boa oportunidade para quem faz vendas online, facilitando o acesso aos clientes.



SERVIÇOS SATISFATÓRIOS

Professor e consultor de inglês, o britânico Michael Fahey tem plano odontológico há 10 anos. Sua “porta de entrada” foi via plano de saúde individual. Mas, há dois anos, optou por um plano empresarial, que inclui o atendimento odontológico. “Quando me ofereceram as duas opções em um mesmo contrato, achei ótimo. Para os serviços básicos de prevenção, é muito satisfatório, porque os custos de um dentista particular são muito altos”, afirma ele, que nasceu em Londres e vive no Brasil há 36 anos.

Faz parte da sua rotina ir ao dentista a cada seis meses. Ele recorre ao livro do convênio que lista todos os dentistas e suas especialidades para escolher o profissional que vai procurar. “Gosto da facilidade de procurar por um odontologista no rol de profissionais conveniados. Hoje faço a prevenção sempre com uma mesma dentista, que atende no Centro da cidade, ao lado do meu escritório de trabalho. É prático e funcional”, avalia Fahey, que mora no Humaitá, na Zona Sul do Rio de Janeiro. ●



COMO GARANTIR A SUSTENTABILIDADE DA SAÚDE SUPLEMENTAR

Transições etárias, demográficas, epidemiológicas e tecnológicas já impactam negativamente a sustentabilidade dos sistemas de saúde no mundo.

Para alcançar a almejada sustentabilidade, o Sistema de Saúde Suplementar no País precisa enfrentar o fenômeno da inflação médica desenfreada. Inúmeras propostas estão sendo colocadas em prática, como é o caso do plano com franquia para aumentar o poder de negociação do consumidor, disciplina rigorosa da inovação tecnológica, transparência dos dados de custos e tratamentos mais efetivos da rede de assistência médica, além da compra de materiais e insumos diretamente pelas operadoras.

O diretor-presidente substituto da Agência Nacional de Saúde (ANS), Leandro Fonseca, explica que, para garantir a sustentabilidade do setor, é necessário que se faça um amplo debate com participação das lideranças setoriais, do Governo e da sociedade sobre o desafio do financiamento à saúde, diante do envelhecimento populacional, da demanda crescente por serviços e da incorporação de novas tecnologias.

O vice-presidente da FenaSaúde e diretor-gerente da Bradesco Saúde e da Mediservice,



“Para evitar onerar ainda mais esse sistema, todos devem atentar-se à utilização dos serviços de modo responsável e ético. Os caminhos para reduzir custos também incluem o combate ao desperdício.”

Flávio Bitter / FenaSaúde

Flávio Bitter, ratifica que o financiamento sustentável da assistência à saúde é um dos principais desafios do setor. Na sua visão, as transições etárias, demográficas, epidemiológicas e tecnológicas já impactam negativamente a sustentabilidade dos sistemas de saúde no Brasil e no mundo.

“Os custos são crescentes, principalmente pela incorporação sem critério de tecnologias, do aumento de custos de materiais, medicamentos e dispositivos médicos implantáveis, além de ausência, em muitos casos, de protocolos elaborados por meio da medicina baseada em evidências para solicitação de exames diagnósticos e tratamentos”, opina.

Flávio Bitter adverte que o consumidor também tem sua parcela de responsabilidade no processo de manutenção do equilíbrio econômico-financeiro do Sistema de Saúde Suplementar, por sua natureza de mutualismo. “Para evitar onerar ainda mais esse sistema, todos devem atentar-se à utilização dos serviços de modo responsável e ético. Os caminhos para reduzir custos também incluem o combate ao desperdício”.



● ● ● **PAGAMENTO IMPRATICÁVEL**

É notório para o mercado que o crescimento acelerado do Variação de Custos Médico-Hospitalares (VCMH) tenha elevado de forma tão substancial os prêmios dos planos de saúde, sustenta a presidente da Comissão de Relacionamento com Prestadores da FenaSaúde e diretora técnica-médica da SulAmérica, Tereza Villas-Bôas Veloso. “O resultado é que está ficando impraticável o pagamento pelos verdadeiros fornecedores desse mercado. As mudanças passam por um conjunto de ações formadas, principalmente, pela gestão da conta hospitalar”, informa. Devem ser revistos também, segundo ela, a revisão do modelo de remuneração e a atenção especial do médico nos protocolos do resultado que ele entrega ao paciente, associado aos programas de gestão de doenças crônicas e aos cuidados coordenados.

Leandro Fonseca, da ANS, explica que a instituição vem trabalhando na criação de mecanismos regulatórios para incentivar a adoção de boas práticas na atenção à saúde. “Monitorar



“Monitorar a saúde dos beneficiários e desenvolver programas de promoção à saúde e prevenção de doenças são estratégias importantes para melhorar o cuidado e diminuir os gastos.”

Leandro Fonseca / ANS

a saúde dos beneficiários de planos de saúde e desenvolver programas de promoção à saúde e prevenção de doenças são estratégias importantes para melhorar o cuidado e diminuir os gastos do setor”, diz, acrescentando que o desenvolvimento de novos modelos assistenciais e de remuneração de prestadores também é essencial para garantir o equilíbrio e a sustentabilidade.

Tereza Villas-Bôas explica que a SulAmérica vem trabalhando a mudança do modelo de remuneração para sair do *fee-for-service*, que, na sua opinião, incentiva o volume e não estimula a qualidade para o beneficiário final. A executiva informa que um dos modelos que a empresa está estudando é o Bundle, que prevê que o hospital tem responsabilidade pela qualidade da entrega ao beneficiário.

● ● ● **ATENDIMENTO PRIMÁRIO**

De acordo com Leandro Fonseca, operadoras e prestadores são permanentemente estimulados pela ANS para que busquem alternativas



capazes de reduzir o desperdício e ampliar a eficiência, sem prejudicar a assistência à saúde do beneficiário. Nesse sentido, a Agência lançou o Projeto de Atenção Primária à Saúde (APS), que pretende estimular a qualificação, o fortalecimento e a reorganização da atenção básica, por onde os pacientes devem ingressar no sistema de saúde.

“O projeto tem adesão voluntária e propõe também a adoção de modelos adequados de remuneração de prestadores, com foco no cuidado do paciente, e a adoção de indicadores para monitoramento dos resultados em saúde. O que se está propondo é a desconstrução de um modelo vigente por décadas, que tem se mostrado ineficaz”, argumenta Fonseca.



COMPRA DIRETA

Há quatro anos, a SulAmérica começou a fazer compra direta de materiais e medicamentos. O objetivo foi conter o gasto desenfreado,



“O resultado é que está ficando impraticável o pagamento pelos verdadeiros fornecedores desse mercado. As mudanças passam por um conjunto de ações formadas, principalmente, pela gestão da conta hospitalar.”

Tereza Villas-Bôas / FenaSaúde

o custo abusivo e o desperdício, como revela Tereza Villas-Bôas. “O que antes era pago pelo hospital, hoje é gerenciado pela companhia, que compra de fornecedores contratados diretamente da indústria, a um custo menor do que o dos hospitais”. Ela informa que, como o material de insumo tinha um custo atrelado pelo uso da tabela Simpro, a empresa criou a sua própria tabela.

A Bradesco Saúde também promove a colocação direta de OPME (Órtese, Prótese e Materiais Especiais) de alto custo nos hospitais, abrangendo as melhores marcas, visando gerar economia para todos, na medida em que, pelos altos volumes envolvidos nas operações, consegue negociar melhores preços com fabricantes e distribuidores. Flávio Bitter explica que a empresa utiliza também as mesmas estratégias na aquisição de medicamentos oncológicos orais e está avaliando novas oportunidades.

Tereza Villas-Bôas lembra que a SulAmérica desenvolve um trabalho com os médicos através de indicadores voltados para a qualidade assisten-

cial. Na área cirúrgica, por exemplo, são analisados dados como o percentual de complicações nos pacientes, se o material que o especialista utilizou está adequado e o custo final da cirurgia.

“A companhia vem trabalhando por especialidades, compactando indicadores e protocolos com os médicos. No final do ano, reavalia e já paga de uma forma diferenciada”, explica, complementando que quanto mais a operadora coordenar a vida do usuário e encaminhá-lo para médicos que são parceiros, maior a chance de conseguir a redução de custos.



PROGRAMAS DE GESTÃO

A SulAmérica também conta com dois programas que envolvem médicos e usuários e que proporcionam a otimização dos custos: o Projeto Coordenado e o Saúde Ativa. O primeiro tem menos de um ano e envolve cerca de 300 médicos e 50 mil usuários. O objetivo é colocar o paciente no centro do cuidado e proporcionar o monitoramento para que ele use a rede de menor custo, mas que a empresa considera como de melhor qualidade. O segundo proporciona o gerenciamento de doenças crônicas e do bem-estar dos usuários, acompanhando diversas faixas etárias.

Na Bradesco Saúde, programas de gestão da rede médico-hospitalar como o Meu Doutor e a Segunda Opinião Médica visam estimular a qualidade da prestação do serviço, a resolubilidade do atendimento, bem como a racionalização dos custos assistenciais. Flavio Bitter explica que os segurados podem solicitar o agendamento online de suas consultas que, dependendo da disponibilidade do médico, poderá ser realizada até no mesmo dia.

O projeto de Segunda Opinião Médica, em parceria com os Hospitais Albert Einstein (SP), Mater Dei (MG) e Casa de Saúde São José (RJ), pretende proporcionar aos pacientes eventuais alternativas de tratamento de patologias de coluna vertebral, neurológicas e hemodinâmicas, que não sejam a intervenção cirúrgica, com ou sem colocação de prótese. “Mais de 67% dos casos indicados para cirurgia de coluna foram desaconselhados por esse projeto”, revela o executivo. ●

MERCADO DE SAÚDE SUPLEMENTAR

Produção Assistencial (2016/2017)



QUANTIDADE DE BENEFICIÁRIOS: ↓ 2%

Fonte ANS - Mapa Assistencial e Tabnet. Elaboração: FenaSaúde.

ENTIDADES DEFENDEM CRITÉRIO NO USO DOS SERVIÇOS DE SAÚDE

Para a presidente da FenaSaúde, Solange Beatriz Palheiro Mendes, a redução dos custos assistenciais deve ser um esforço de toda a cadeia do setor. “De 2014 pra cá, o número de beneficiários caiu em três milhões e, não obstante, houve acréscimo de utilização de procedimentos. O setor contabilizou 1,5 bilhão de procedimentos no ano passado – o equivalente a 4,2 milhões por dia –, entre consultas médicas, exames, terapias, outros atendimentos ambulatoriais, internações e eventos odontológicos. O número representa um aumento de 3,4% em relação ao registrado em 2016.”

Segundo dados da Associação Brasileira de Medicina Diagnóstica (Abramed), o aumento anual das despesas com exames complementares tem sido em torno de 11,6%, desde 2014. “É preciso entender de onde vem essa escalada de aumento de custos. Houve desospitalização, queda na oferta de leitos, comprovados pela Confederação Nacional de Saúde, e aumento de procedimentos ambulatoriais, com número de exames compatível com a demanda gerada pelos médicos. Sabemos que 70% das condutas em diagnósticos são geradas a partir de um exame”, analisa Cláudia Alice Cohn, presidente da Abramed.

Martha Oliveira, diretora executiva da Associação Nacional de Hospitais Privados (Anahp), ressalta que os custos da saúde incluem não apenas a variação de preços, como também a quantidade consumida: quanto maior o preço e a frequência, muito maior o custo da saúde. Ela observa que o modelo assistencial atual privilegia a realização de procedimentos. “Há a necessidade de se alterar essa lógica. O paciente deve ser colocado no centro da questão, fazendo com que os agentes econômicos do setor sejam remunerados por manter as pessoas saudáveis e não por realizar uma infinidade de procedimentos, alguns desnecessários”, diz Martha.

Todas concordam que deve haver racionalidade no uso de novas tecnologias, sem desconsiderar os benefícios que as inovações trazem até para a redução do custo global. A presidente da FenaSaúde defende disciplina rigorosa na incorporação tecnológica. “É preciso avaliar o impacto da tecnologia no aumento dos custos”, afirma Solange Beatriz.

Já Claudia Cohn pondera que “a inovação deve ser analisada também do ponto de vista do custo que ela evita”. Por sua vez, a representante da Anahp ressalta que os equipamentos modernos são mais precisos em diagnóstico e realização de exames, mas, para que não impactem nos custos assistenciais, é preciso avaliar a necessidade do investimento em comparação aos benefícios que eles trarão com a redução de vários procedimentos necessários a um diagnóstico. “Importante destacar que nem toda inovação tem alto custo. Algumas são extremamente mais baratas do que as tecnologias em vigor, como telemedicina, vacinas, organização e gestão operacional”, observa Martha Oliveira. [Por: Carmen Neri]

VOCÊ É O MELHOR AMIGO DO SEU DINHEIRO

Campanha da FenaCap, que estimula o consumo consciente, faz parte dos esforços de educação financeira desenvolvidos no âmbito do Programa de Educação em Seguros.



Guardar um pouco de dinheiro a cada mês tem se revelado um hábito saudável para garantir a realização de sonhos e projetos, mesmo em tempos difíceis. Entre todas as modalidades de aplicação disponíveis no mercado, os planos de capitalização são a solução ideal para pessoas que não têm disciplina para guardar dinheiro, dispõem de poucos recursos e veem a participação nos sorteios como uma

oportunidade de melhorar de vida. Apesar da versatilidade do leque de produtos, os benefícios da capitalização ainda são desconhecidos por grande parte da população.

Por esta razão, a FenaCap está lançando uma campanha institucional voltada para o consumidor final, dentro de uma estratégia 100% digital, com o intuito de mostrar as vantagens dos planos tanto para pessoas quanto para empresas. A iniciativa é parte dos esforços de

educação financeira promovida pela entidade no âmbito do Programa de Educação em Seguros, da CNseg, com foco na importância da organização das finanças pessoais como forma de ampliar o bem-estar das famílias brasileiras.

Para transmitir a mensagem central da campanha, cujo conceito é “Você é o melhor amigo do seu dinheiro”, os publicitários da agência Binder usaram tecnologia tridimensional para criar o símbolo da iniciativa, um cãozinho.



“A ideia é mostrar que é possível ter poder total para gerenciar o próprio dinheiro e que os títulos de capitalização são uma forma inteligente de fazer isso.”

Flávio Cordeiro / Binder

“A ideia é mostrar que é possível ter poder total para gerenciar o próprio dinheiro e que os títulos de capitalização são uma forma inteligente de fazer isso. Assim, para capturar a atenção do usuário e gerar empatia, pensamos no cão que é sinônimo de melhor amigo”, diz o publicitário Flávio Cordeiro, sócio-diretor da agência e responsável pela campanha.



TOM LÚDICO

A estratégia visa aprimorar cada vez mais a comunicação das empresas do setor com o público consumidor, de modo que o cliente saiba exatamente o que pode esperar do produto e se sinta satisfeito com a escolha. Presidente da Comissão de Comunicação da FenaCap, Elena Korpusenko explica que o tom da campanha será lúdico, com uma linguagem clara, de fácil compreensão, fugindo das armadilhas do ‘segurês’.

“Queremos derrubar alguns mitos, esclarecendo ao público que o título de capitalização não é loteria nem investimento. É um produto único voltado para pessoas que não têm disciplina para poupar e um dos melhores instrumentos do mercado para as famílias iniciarem seu planejamento financeiro”, ressalta Elena.

As peças publicitárias vão abordar cinco modalidades da capitalização, começando pelo carro-chefe do setor: o plano Tradicional, voltado para aqueles que querem juntar dinheiro e concorrer a prêmios, com retorno de 100% dos valores acumulados ao fim da vigência. Na sequência, serão divulgados, até o fim do ano, mais quatro produtos: Garantia Locatícia (que substitui o fiador nas transações de aluguel); Popular (preço acessível, retorno de até 50% da reserva e muitos sorteios); Filantropia (consumidores concorrem a prêmios e cedem suas reservas para instituições filantrópicas credenciadas pelas empresas de Capitalização); e de Incentivo (para pessoas jurídicas interessadas em realizar ações proporcionais de vendas com o estímulo dos sorteios para seus clientes).



HUB DE INFORMAÇÕES

A campanha pretende atingir uma base mais qualificada de público por meio de inserções no YouTube, Google, Facebook, Publi Editorial no UOL, e-mail marketing para a rede de distribuidores, além de um hotsite tratando das principais perguntas sobre todas as modalidades de título de capitalização.

Todas as peças da campanha levarão ao hotsite <http://melhoramigo.fenacap.org.br/>, que servirá como um hub de informações no qual o usuário terá acesso às principais dúvidas sobre cada produto, além de poder simular o título de capitalização mais adequado para realizar seus planos. Após tirar todas as dúvidas, o usuário será então direcionado para o site de uma das empresas associadas da FenaCap, no qual poderá contratar seu título.

O importante é que as empresas participantes utilizem o material da campanha para apresentar, com total transparência, as características dos produtos, a quem se destinam, de acordo com o perfil de cada usuário e de suas necessidades. Para Elena Korpusenko, a campanha vai tentar esclarecer as dúvidas de clientes. A principal delas é em relação ao rendimento, que muitos acreditam ser igual ao da poupança. Outras questões estão relacionadas ao cálculo da perda do valor aplicado, no caso de resgate antecipado.



“É um produto único voltado para pessoas que não têm disciplina para poupar e um dos melhores instrumentos do mercado para as famílias iniciarem seu planejamento financeiro.”

Elena Korpusenko / FenaCap

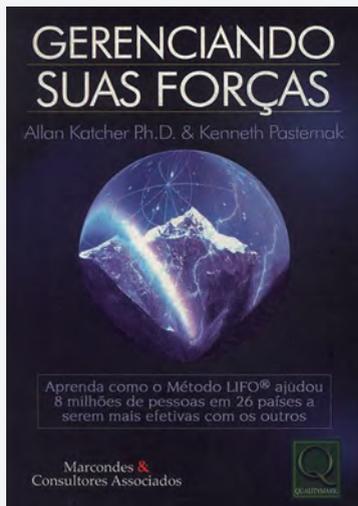


CRESCIMENTO SUSTENTADO

Os esforços do mercado para tornar os planos de capitalização cada vez mais acessíveis aos clientes têm surtido efeito. Mesmo atingido pela pior crise econômica dos últimos anos, o mercado de capitalização tem mantido um crescimento sustentado pelos seus 17 milhões de clientes com títulos ativos. Segundo o mais recente balanço da FenaCap, nos cinco primeiros meses deste ano, as 17 empresas associadas faturaram, juntas, R\$ 8,6 bilhões. Em comparação ao mesmo período de 2017, o montante representa um crescimento de 8,1%.

Os números do setor confirmam ainda uma tendência de redução no volume de resgates, que registrou queda de 7,2%. Prova de que a educação financeira em seguros promovida pelas entidades do setor tem conseguido atingir um número cada vez maior de brasileiros, ajudando-os a controlar melhor seus gastos e receitas.

“Esse desempenho do segmento, que mostra avanço no faturamento e nas provisões técnicas, associado à redução dos resgates, reforça o novo comportamento do consumidor, mais cauteloso diante das incertezas econômicas”, avalia Marcos Coltri, presidente da FenaCap.



GERENCIANDO SUAS FORÇAS

Opinião | Eugênio Velasques

Presidente da Comissão de Seguros Inclusivos da CNseg

“O livro é muito interessante, pois, além de fornecer conceitos sobre desenvolvimento organizacional, nos permite conhecer o método em todas as suas dimensões e também conhecer nosso perfil LIFO, nos proporcionando elementos para gerenciar nossas forças. Conheci o livro quando fiz o programa de preparação para aposentadoria da vida executiva, mas fiquei fã do método, e li na hora certa, pois na continuidade da minha vida laboral tenho aplicado o que aprendi e observado muito mais as pessoas por suas características positivas e, assim, tornando minha vida mais efetiva. Considero o livro atemporal – pode ser aplicado e utilizado para várias situações profissionais e pessoais. Também tenho me divertido muito, analisando as pessoas e seus comportamentos em relação às diversas situações do dia a dia. Não tem como deixar de ler.”

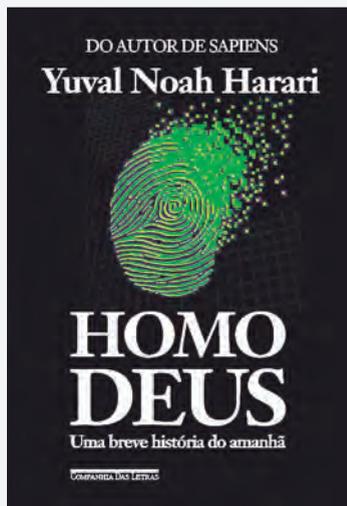
///Sinopse

O livro apresenta o método LIFO (*Life Orientations*), focado no princípio de que é no desenvolvimento das forças das pessoas, e não de suas fraquezas, que conseguimos ser mais efetivos. O método desenvolvido por Allan Katcher demonstra que devemos substituir a chamada liderança ideal pela liderança natural, nos levando a entender a necessidade de quebrar paradigmas continuamente, nos adaptando aos diferentes momentos pelos quais passamos em nossas vidas, comprovando a importância do nosso poder de mudar e mostrando que, no exercício da liderança, devemos sempre estar dispostos a reinventar nossos conceitos para, cada vez mais, tornarmos nossas equipes mais efetivas, refletindo isto no relacionamento e nos resultados das empresas e instituições.

Autor: Allan Katcher Ph.D. e Kenneth Pasternak

Editora: Qualitymark/Marcondes Consultoria

Ano: 2004 (foi reimpresso em 2014)



HOMO DEUS: UMA BREVE HISTÓRIA DO AMANHÃ

Opinião | Maria Helena Monteiro

Diretora de Ensino Técnico da Escola Nacional de Seguros

“Em seu livro anterior, o espetacular “Sapiens: Uma breve história da humanidade”, o historiador Yuval Noah Harari mostra que a capacidade de confiar e tomar decisões, formando amplas cadeias associativas, pode ser a chave para a bem-sucedida evolução do homem através dos tempos. No recente “Homo Deus: uma breve história do amanhã”, ele aponta os riscos que se desenham no horizonte do Terceiro Milênio. O maior vilão é a tecnologia, cujo instrumento de ação são os algoritmos, que ameaçam a capacidade do ser humano de tomar decisões exercendo o livre-arbítrio. Quando isso for eliminado pela máquina, o futuro estará ameaçado. Enfim, uma leitura instigante e indispensável para todos aqueles que se preocupam com a lógica evolutiva, com a felicidade humana, e com os acidentados caminhos do seu amanhã.”

///Sinopse

No livro atual, Harari volta os olhos para o futuro da espécie humana na Terra. Se você ainda não sabe o significado de “algoritmo”, é bom procurar se informar. Para o autor, o novo dogma da ciência é a constatação de que os organismos orgânicos, sensações e emoções são algoritmos; a vida não passa de um processamento de dados bioquímicos – é o que o historiador descreve com a religião do dataísmo. Constatar que somos um complexo banco de dados não é nenhuma novidade; o problema é que, com base nas orientações da nova “religião”, estamos construindo e permitindo que um grupo de algoritmos (ainda) não conscientes mas altamente inteligentes estejam gradualmente nos substituindo. E não apenas como força de trabalho braçal, como era o temor durante a Revolução Industrial, onde as máquinas se limitavam a realizar trabalhos mecânicos enquanto os humanos se concentravam em ações que requeriam aptidões cognitivas que eram, até então, exclusividade do *Sapiens*. Suas considerações sobre o que nos aguarda são surpreendentes.

Autor: Yuval Noah Harari

Editora: Companhia das Letras

Ano: 2015

GARANTA SEU INGRESSO NO MUNDO DO CONHECIMENTO

► Confira os Próximos Eventos



 **20 de setembro**
 Centro de Convenções Rebouças
 São Paulo – SP



 **26 de setembro**
 Blue Tree Premium Morumbi
 São Paulo – SP



 **22 e 23 de outubro**
 Windsor Convention & Expo Center
 Barra da Tijuca – RJ



 **7 e 8 de novembro**
 Transamerica Expo Center
 São Paulo – SP



 **19 de dezembro**
 Copacabana Palace
 Rio de Janeiro – RJ

► Os eventos da CNseg são uma excelente oportunidade para você manter-se atualizado sobre os assuntos mais relevantes do mercado segurador, em palestras e debates com especialistas renomados e líderes do setor.

Mais informações em:

eventos.cnseg.org.br



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



Prêmio
NACIONAL de
JORNALISMO
em **SEGUROS** **2018**

7 categorias de
reportagem

Prêmios: mais de
R\$ 300 mil

Acesse o regulamento:
www.fenacor.org.br/premiodejornalismo

Inscrições até
31 de outubro



Apoio institucional



ESCOLA NACIONAL
de SEGUROS

Patrocínio especial



Bradesco
Seguros



Apoio especial

IRB Brasil RE

Líder em resseguros no Brasil

Assessoria de imprensa

LUPA
COM