

Referência quando o tema é Previdência Social e mercados de seguros de Vida e Previdência, o presidente do Conselho de Administração da Aegon Mongeral, Nilton Molina, tem acumulado reconhecimentos e homenagens. A sua reconhecida experiência - o que inclui participações em estudos importantes relacionados com reformas do sistema de previdência - o levou a tomar assento no Conselho Nacional de Previdência Complementar (CNPCC), órgão que cuida da regulação do regime de previdência complementar operado pelas entidades fechadas. Missão que Molina assumiu concentrando os seus esforços em regras que, pela sua inflexibilidade e anacronismo, impedem um crescimento maior dos fundos patrocinados por empresas. Graças ao conjunto de realizações acumuladas em mais de 50 anos dedicados ao segmento segurador, Molina também recebeu, no início de agosto deste ano, justa homenagem do SindsegSP. Na entrevista a seguir, Molina fala das grandes transformações do passado recente da indústria seguradora e dos desafios que o futuro impõe ao segmento:

Notícias SindsegSP: Vivemos sob um cenário de crise econômica e política. Como a conjuntura está impactando o mercado de previdência e vida?

Nilton Molina: O mercado de seguros gerais, tudo junto e misturado - saúde, previdência, automóvel -, vai apresentar, pela primeira vez em 20 anos, crescimento comparável com a variação da inflação. Portanto, deveremos ter neste ano um crescimento real perto de zero.

NS: O senhor foi nomeado membro do Conselho Nacional de Previdência Complementar (CNPCC), que cuida da regulação do regime de previdência complementar operado pelas entidades fechadas de previdência complementar. Quais serão as suas contribuições para o conselho? Quais temas merecerão, prioritariamente, a sua atenção?

Nilton Molina: Fomento, esse é o tema principal. Os fundos de pensão fechados não crescem em termos reais, de fato, nos últimos 20 anos. O grande desafio dos fundos patrocinados por empresas é contar com maior flexibilidade das normas que os regem. Sem a flexibilidade, não voltarão a crescer.

NS: Que fatores têm contribuído para essa falta de flexibilidade?

Nilton Molina: São normas que olham para o passado, para um modelo de empregabilidade que não existe mais. É o modelo japonês, que nem no Japão existe mais, abrangendo do berço ao túmulo. Um jovem de 30 anos não sonha ficar em uma empresa mais 30 anos. Ele sonhava antes. Não sonha mais. Para o fomento do sistema, as novas regras têm de pensar empresa privada, e não empresas do governo, e pensar considerando a cabeça dos jovens.

NS: O senhor recebeu uma homenagem do SindsegSP como reconhecimento pelas suas contribuições à indústria seguradora em cerca de 50 anos de trajetória profissional. Quais foram as principais conquistas da indústria seguradora neste período, considerando iniciativas que tenham recebido sua contribuição?

Nilton Molina: A homenagem foi um obséquio, um favor, uma coisa delicada e não merecida. Nesses 50 anos, muita coisa mudou. Em termos de mercado de seguros, nesses 50 anos as mudanças formidáveis foram: 1) estabilidade da moeda; 2) crescimento dos seguros de saúde; 3) mais recentemente, o fim do monopólio do IRB; e 4) lançamento dos planos de acumulação nas carteiras da previdência. O conjunto dessas conquistas fez com que o mercado saltasse de 1% do PIB para 5% do PIB. Não em 50 anos, mas, sim, nos últimos 20 anos.

NS: Quais são os principais desafios para a indústria do seguro brasileira nos próximos anos?

Nilton Molina: Os desafios que vejo são: distribuição, distribuição e distribuição. Ou seja, vendas. Vou dar um exemplo. Primeiro, há uma enorme concentração de distribuição, no Brasil, em balcões

- bancos, farmácias, lojas de varejo, internet e call centers. Definitivamente, não se faz nesses lugares uma venda consultiva, que é a venda com alguém conversando com o cliente, entendendo as suas necessidades. Mas, hoje, esse conjunto de alternativas de distribuição é responsável por 70% do mercado. Tirando os balcões, você tem somente como instrumento o corretor de seguros. Portanto, o mercado face to face, com um vendedor e um cliente, responde somente por 30% do mercado. O mercado de balcão não vai crescer mais do que já é. Pelo contrário, a história mais recente mostra que a influência dos balcões na distribuição vai reduzir. Esse mercado precisa, portanto, de mais gente vendendo. O nome do jogo do futuro é distribuição.

Fonte: [Notícias SindSegSP](#), Ano 9, Número 56, Set/Out 2015, Página 2.