

# Relatório de Sustentabilidade do Setor de Seguros

2016



**CNseg**

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

# Como navegar nesta publicação

A Edição 2016 do Relatório de Sustentabilidade do Setor de Seguros, publicado pela CNseg, é 100% digital e interativa. Abaixo, estão os símbolos encontrados no decorrer desta publicação.

Este Relatório foi elaborado a partir do Guia para a Elaboração de Relatórios de Sustentabilidade – versão 4 (GRI-G4). Para facilitar a leitura, cada indicador do documento é acompanhado de uma legenda, composta pela sigla G4 seguida de um número que corresponde ao indicador GRI. Também será informado se o indicador se refere à CNseg ou ao conjunto das empresas do setor. O Sumário de Indicadores GRI está localizado no capítulo 6 deste Relatório.

## BOTÕES DE NAVEGAÇÃO

**G4-X**

Clique nos botões **GRI** para acessar o Sumário de Indicadores GRI localizado no capítulo 6 do Relatório



Clique no ícone **Home** para voltar ao Sumário

[capítulo 6](#)

Clique nas palavras sublinhadas para acessar *links* de **Direcionamento** dentro da publicação ou *links* **Externos**



Clique no ícone de **Fontes Externas** para acessar *links* de outros sites

## REPRESENTATIVIDADE DO INDICADOR

Na construção deste Relatório, nem todos os indicadores foram respondidos por todas as empresas participantes. Sendo assim, a porcentagem do termômetro indica para o leitor a relevância de cada indicador, em termos de arrecadação entre as associadas da CNseg em 2016.



**50%**

## EXEMPLO DE NAVEGAÇÃO

## Menu Capítulos

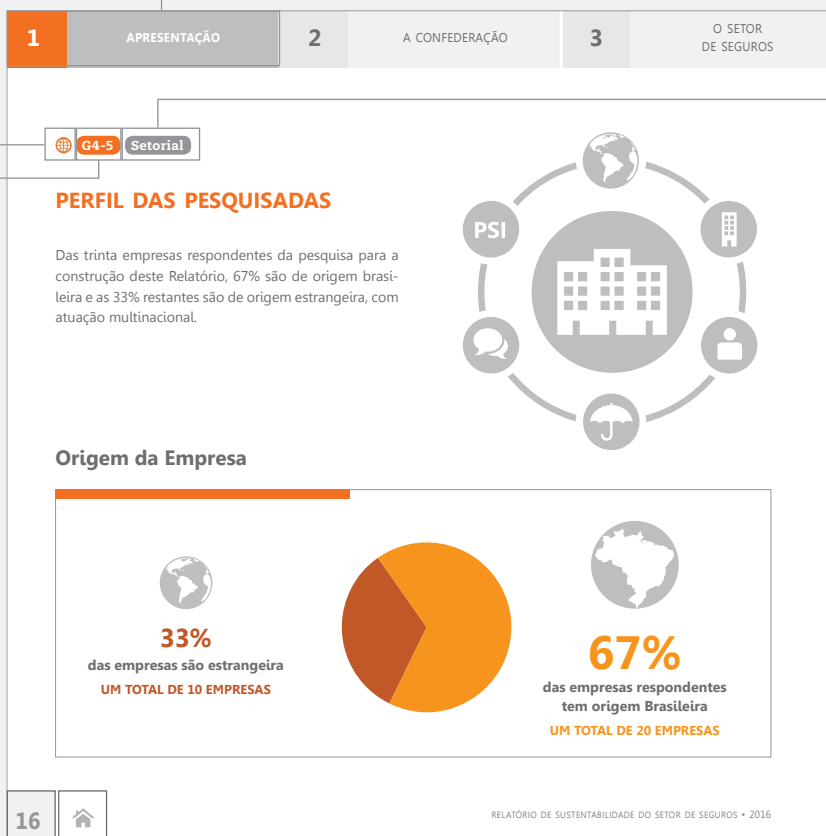
Ao clicar nos botões do topo do Relatório, você será direcionado para os capítulos correspondentes



## Indicador GRI

## G4-X

A Sigla (G4) refere-se ao Guia para Elaboração de Relatórios de Sustentabilidade - versão 4. Em seguida apresenta-se o número que corresponde ao indicador GRI (neste exemplo, o indicador número 5)



## Referência do Indicador

Aponta se o indicador se refere ao conjunto das empresas do setor ou à CNseg

**Numeração  
da página**

**Home**

Ao clicar nesse botão o usuário é direcionado para o Sumário do Relatório

# Sumário

## CAPÍTULO 1

Apresentação	16
Seguradoras Participantes	18
Perfil das Pesquisadas	20



## CAPÍTULO 2

22	A Confederação
26	Governança Corporativa
29	Diretoria-Geral Executiva e Comissões Temáticas
30	CNseg em Números

## CAPÍTULO 3

O setor de Seguros, Previdência Privada e Vida, Saúde Suplementar e Capitalização no Brasil	32
O Mercado em Números	33
Visão Geral do Mercado em 2016	38
Seguros Gerais	48
Pessoas	51
Saúde Suplementar	55
Capitalização	61
Perfil da Força de Trabalho	64





## CAPÍTULO 4

68	Sustentabilidade no Setor de Seguros
75	Cartas, Princípios e outras Iniciativas ASG Endossadas pelo Mercado
77	Princípios para Sustentabilidade em Seguros (PSI)
78	Matriz de Materialidade
101	Vendas e Marketing (PS 1)
102	Produtos e Serviços (PS 1)
113	Gestão de Investimentos (PS 1)



## CAPÍTULO 5

Relacionamento com os Públicos	120
Engajamento de Partes Interessadas	121
Relacionamentos com Clientes	122
Relacionamentos com Colaboradores	126
Relacionamento com Prestadores	127
Participação junto à Associação de Classe	129
Relacionamento com o Regulador	130



## CAPÍTULO 6

132	Sumário de Conteúdo GRI
-----	-------------------------



# **Mensagem do Presidente**



**Marcio Coriolano**  
Presidente da CNseg





## MENSAGEM DO PRESIDENTE

Depois de lançar em 2015 o primeiro Relatório de Sustentabilidade do Setor de Seguros baseado nas diretrizes da *Global Reporting Initiative* – GRI, a CNseg publica a edição de 2016 com a mesma estrutura, confirmando nosso compromisso de aprimorar constantemente a transparência no relato das práticas de sustentabilidade das empresas do setor de seguros. Esse resultado é fruto do esforço da Confederação no sentido de divulgar as contribuições do mercado segurador brasileiro para a agenda de desenvolvimento sustentável do País.

O ano de 2016 foi de fato um ano desafiador para a sociedade brasileira, não somente sob a ótica econômica e política, mas também pela perspectiva ambiental e social. O cenário macroeconômico do País não foi favorável para os negócios. Mesmo com os ventos no sentido contrário, contudo, o setor mostrou solidez e cresceu 10,5% em termos nominais. No mesmo período, houve crescimento expressivo no volume de indenizações, benefícios, resgates e sorteios, que alcançou a monta de R\$ 259,8 bilhões. Já as reservas técnicas, que são as garantias do compromisso assumido pelo setor em suas apólices, cresceram 19,2%, atingindo o patamar recorde de R\$ 818,8 bilhões. São números que colocam o setor de seguros como uma das poucas atividades da economia brasileira a terminar o ano melhor do que começou.

Este cenário até certo ponto positivo confirma a resiliência do setor e nos anima a continuar trabalhando para superar as dificuldades que se apresentam. O mercado de saúde suplementar, por exemplo, viu seu número de beneficiários decrescer pelo segundo ano consecutivo, consequência direta do aumento do desemprego em nosso país. Esta situação, combinada com o aumento dos custos médico-hospitalares e a grande judicialização da saúde, faz com que cada vez seja mais importante planejar a sustentabilidade do segmento a longo prazo, buscando soluções inovadoras que garantam a perenidade dessas operações.

Em momentos como esse, torna-se ainda mais evidente o papel fundamental que o seguro desempenha para o fortalecimento da resiliência dos Governos, empresas, famílias e indivíduos em situações críticas que são inerentes ao processo de desenvolvimento. Ao diluir e gerenciar riscos, o seguro reduz a probabilidade de ocorrência de insolvência de empresas e da perda de posição econômica das famílias e indivíduos em momentos de impacto financeiro. Essa dinâmica, que é a razão de ser da atividade seguradora, carrega em si o próprio conceito da sustentabilidade compreendido sob a ótica da perenidade dos negócios e do bem-estar dos indivíduos.

Para exercer seu papel e sua vocação de proteção da sociedade, a indústria brasileira de seguros está atenta aos riscos e oportunidades emergentes e à necessidade de inovar para manter-se relevante e competitiva em um contexto de dinamismo tecnológico tão intenso que passou a ser qualificado por um novo adjetivo. Nesse contexto “disruptivo”, o mercado vem inovando não somente nas atividades fundamentais de subscrição de riscos, gerenciamento de riscos, mas também - e principalmente - no oferecimento de novos produtos e serviços e no desenvolvimento de novos canais de distribuição e atendimento aos consumidores.

Em 2016, o esforço de inovação do mercado abarcado pela chancela regulatória permitiu o lançamento do Seguro Auto Popular e um importante passo para a oferta do Seguro de Vida Universal, dois novos produtos que há muito eram aguardados pelos consumidores. São produtos que permitem às seguradoras oferecerem condições flexíveis para os segurados em um ambiente de menor renda disponível e, portanto, fortalecem nosso compromisso de apoiar o desenvolvimento econômico e social sustentável.

O objetivo deste Relatório é aproximar ainda mais o setor de seguros da sociedade. Nele, apresentamos um panorama geral do setor e a consolidação dos indicadores ambientais, sociais e de governança mais relevantes das nossas associadas. Esperamos que o conteúdo contribua para a compreensão do papel social e econômico desempenhado pelo seguro, somando aos esforços do Programa de Educação em Seguros da CNseg na apresentação de informações claras e úteis para os diversos *stakeholders* do nosso setor.

**Boa leitura!**

**Marcio Serôa de Araujo Coriolano**

Presidente da Confederação Nacional de Seguros Gerais,  
Previdência Privada e Vida, Saúde Suplementar e Capitalização | CNseg



# **Mensagens das Lideranças do Mercado**



A sustentabilidade na FenSeg passa, por exemplo, pelo processo de investimento na capacitação de nossos profissionais, em especial por meio da certificação profissional, capaz de dar ainda mais solidez técnica para os processos e os relacionamentos das nossas empresas com nossas partes interessadas. Em termos de produtos com novas abordagens, que são relevantes para nossa atuação no longo prazo, o seguro auto popular demonstra também nossa preocupação com o tema sustentabilidade no setor, um esforço que permitirá maior disseminação do seguro e que nos faz trabalhar fortemente com nossa cadeia de valor para alcançar esse objetivo.”

**João Francisco Silveira Borges da Costa**  
Presidente da FenSeg



“



Estamos aqui, como mercado, para proteger a renda do indivíduo e da família, quer seja pelo fim de sua capacidade laborativa, quer seja pela ocorrência de algum infortúnio. Se conseguirmos realizar bem esse objetivo, que será sempre garantir a segurança financeira do núcleo familiar, o desenvolvimento do mercado, os processos de distribuição e o ambiente regulatório, acompanhando a evolução da sociedade, da tecnologia e do consumidor, por meio da inovação, das soluções digitais, do aperfeiçoamento constante do *suitability* e da transparência e do diálogo na venda e na prestação de serviços, seremos sustentáveis ao longo do tempo. E sempre precisaremos equilibrar as necessidades de curto e de longo prazo. Esse será constantemente o nosso desafio em termos de perenidade.”

**Edson Luis Franco**  
Presidente da FenaPrevi



A Saúde Suplementar tem um componente intrínseco de sustentabilidade que é cuidar da saúde das pessoas, garantindo o seu acesso ao que há de mais moderno e efetivo na medicina privada. Além da boa disposição do corpo e da mente, a OMS (Organização Mundial da Saúde) inclui na definição de saúde o bem-estar social entre os indivíduos. A saúde de um indivíduo pode ser determinada pela própria biologia humana, pelo ambiente físico, social e econômico a que está exposto e pelo seu estilo de vida. As associadas da FenaSaúde, cada vez mais, investem em programas de prevenção de doenças e promoção da saúde ajudando também a dar qualidade de vida às pessoas de forma a evitar que a doença se instale. A contribuição do setor vai além. Pessoas saudáveis são mais produtivas. Estudos mostram que a cada ano ganho em expectativa de vida são adicionados quatro pontos percentuais ao PIB das nações.”

**Solange Beatriz Palheiro Mendes**

Presidente da FenaSaúde



Nós da FenaCap reconhecemos que para sermos sustentáveis temos que ser inovadores, conhecer profundamente as necessidades dos nossos clientes, atuar com transparência e de forma ágil. Isso permitirá que, por meio de entregas adequadas de produtos e serviços, alinhados aos anseios e expectativas do nosso público, o mercado de capitalização mantenha sua trajetória de crescimento sustentável. O consumidor precisa de nosso apoio para compreender melhor todas as alternativas que lhe são disponíveis. Por isso a Educação em Seguros é fundamental para o nosso segmento.”

**Marco Antonio da Silva Barros**

Presidente da FenaCap



“ Entendemos que a sustentabilidade envolve termos capacidade, como setor, de nos anteciparmos às necessidades dos clientes, aprimorar nossa governança e nossas práticas comerciais, inovar na nossa forma de comunicação com as partes interessadas, em especial o consumidor, e promover ações estruturadas envolvendo o tema Educação em Seguros junto à nossa sociedade.”

**Alexandre Henriques Leal Neto**

Superintendente Executivo Técnico da CNseg



“ Uma visão de futuro contempla atuar com precisão no presente mas, fundamentalmente, está relacionada à atenção ao que pode ser crucial nos próximos anos. Por isso, tanto a sustentabilidade como a inovação devem ser tratadas pelas seguradoras como objetivos estratégicos capazes de gerar valor ao negócio, a partir do desenvolvimento de soluções e produtos diferenciados e adaptados às demandas (atuais e futuras) da sociedade.”

**Maria de Fátima Mendes de Lima**

Presidente da Comissão de Sustentabilidade e Inovação da CNseg



# Apresentação

**E**ste é o Relatório de Sustentabilidade do Setor de Seguros – 2016, produzido pela Confederação Nacional das Empresas de Seguros Gerais, Previdência Privada e Vida, Saúde Suplementar e Capitalização – CNseg. Estão reunidos neste Relatório indicadores do desempenho Ambiental, Social e de Governança Corporativa – ASG dos mercados brasileiros de Seguros Gerais, Previdência Privada e Vida, Saúde Suplementar e Capitalização em 2016. Além disso, destacamos os principais acontecimentos e iniciativas que representam as atividades das quatro federações representativas que compõem a CNseg.

O Relatório está estruturado pela segunda edição consecutiva de acordo com as diretrizes da *Global Reporting Initiative* – GRI. Ao todo, participaram deste Relatório

trinta empresas do setor, que correspondem a 84% da arrecadação das empresas associadas às Federações que compõem a CNseg. Em relação à edição publicada no ano anterior, houve um acréscimo de sete seguradoras.



# 30

**empresas do setor  
participaram deste Relatório**



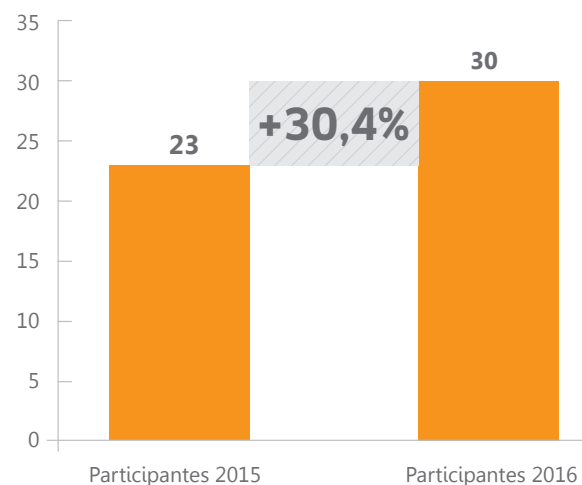
# 84%

**da arrecadação do  
mercado é proveniente  
das empresas participantes**

**Número de Seguradoras participantes  
nas duas últimas edições do Relatório  
de Sustentabilidade do Setor de  
Seguros no formato GRI**



# 84%



Participaram da coleta de indicadores para este Relatório as seguintes seguradoras



Allianz  Seguros



**CAIXA**  
seguradora



**Icatu**  
SEGUROS







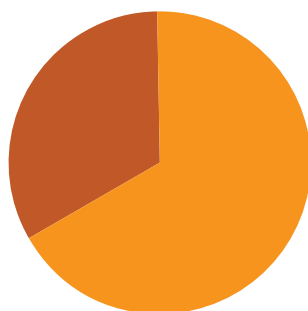
## PERFIL DAS PESQUISADAS

Das trinta empresas que participaram da pesquisa para a construção deste Relatório, 67% são de origem brasileira, e as 33% restantes são de origem estrangeira, com atuação multinacional.

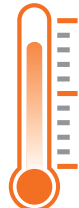


### Origem da Empresa

  
**33%**  
das empresas  
são estrangeiras



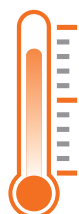
  
**67%**  
das empresas respondentes  
têm origem brasileira

  
**84%**

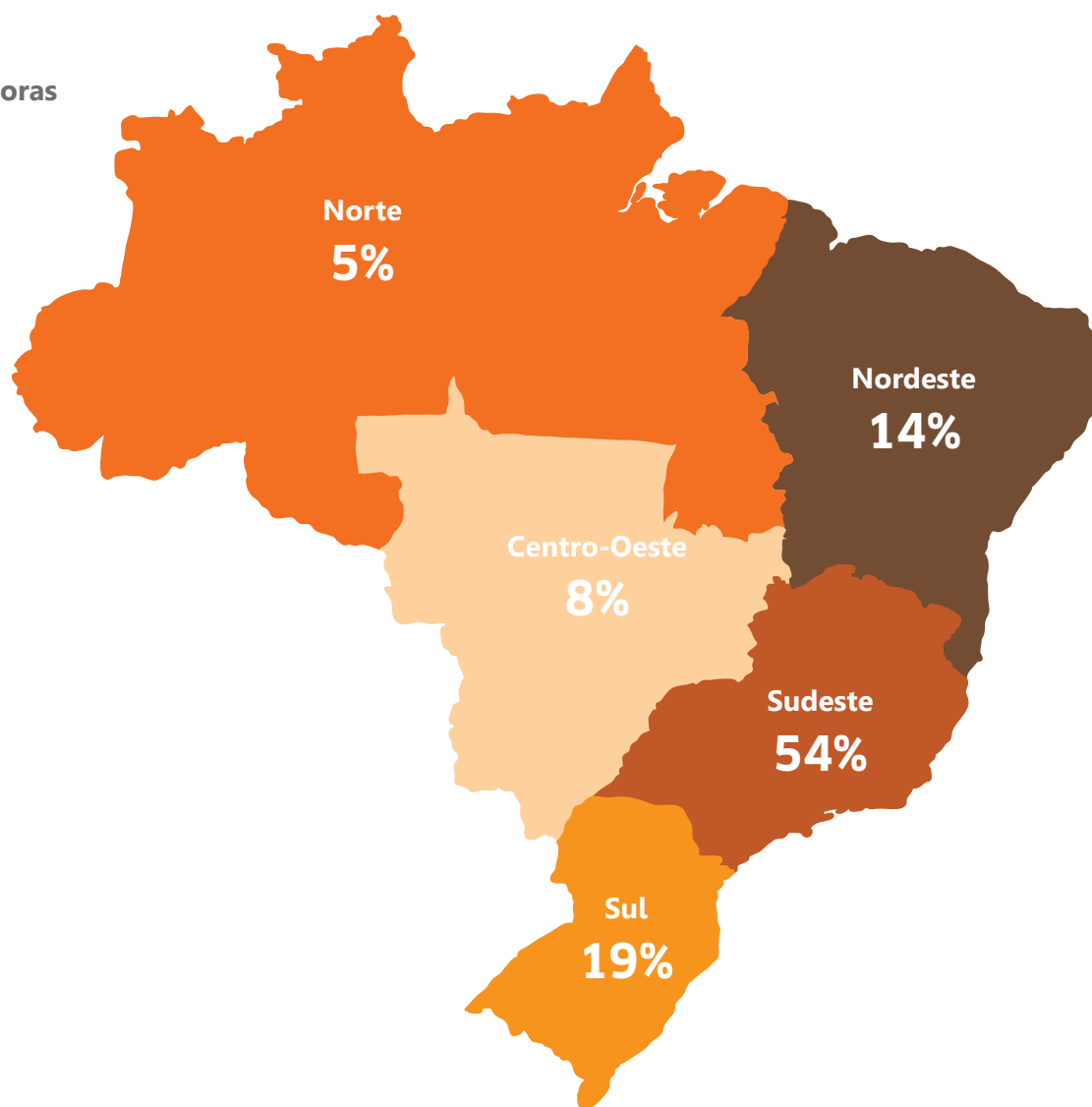
## Distribuição geográfica

# 1068

filiais das seguradoras



84%





# A Confederação

🌐 G4-3 G4-6 G4-7 G4-8 CNseg

A Confederação Nacional das Empresas de Seguros Gerais, Previdência Privada e Vida, Saúde Suplementar e Capitalização – CNseg é uma associação civil, com atuação em todo o território nacional. Quatro Federações associativas compõem a CNseg. São elas: Federação Nacional de Seguros Gerais – FenSeg, Federação Nacional de Previdência Privada e Vida – FenaPrevi, Federação Nacional de Saúde Suplementar – FenaSaúde e Federação Nacional de Capitalização – FenaCap.

É missão da CNseg promover o desenvolvimento do Mercado de Seguros Gerais, de Previdência Privada e Vida, de Saúde Suplementar e de Capitalização, visando ao atendimento das necessidades dos cidadãos brasileiros, através do apoio e do fortalecimento de suas Associadas, representando-as perante a Sociedade e o Poder Público.

Sua sede está localizada na cidade do Rio de Janeiro, tendo também um escritório de representação em Brasília – DF.

🌐 G4-4 G4-17 CNseg



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

A CNseg tem como missão primordial representar as suas associadas no relacionamento com a sociedade, os Poderes Executivo, Legislativo e Judiciário, além das entidades nacionais e internacionais do setor, disseminando, assim, a cultura do seguro por meio do Programa de Educação em Seguros e de outras ações de amplo alcance.



É voltada para o desenvolvimento das atividades específicas do segmento denominado Seguros de Danos. As empresas filiadas atuam em 13 grupos distintos de seguros (automóvel, patrimonial, DPVAT, habitacional, transporte, riscos financeiros, crédito, responsabilidades, riscos especiais, rural, marítimos, aeronáuticos e cascos).



Congrega e representa empresas e entidades atuantes, no território nacional, nos segmentos de Previdência Privada e de Seguros de Pessoas. A FenaPrevi conta com associadas institucionais e com associadas efetivas (Sociedades Seguradoras e Entidades Abertas de Previdência Complementar com e sem fins lucrativos) que operam nos segmentos de seguros de pessoas e/ou previdência complementar aberta.



Tem como missão contribuir para a consolidação do mercado privado de assistência à saúde, através da troca de experiências e avaliações de temas de interesse comum e do seu fortalecimento como representação institucional das operadoras privadas de saúde suplementar.



Representa as empresas de capitalização no território nacional. Além de promover a divulgação de ações do setor e cuidar do aprimoramento da imagem institucional do mercado.



## GOVERNANÇA CORPORATIVA

A governança da CNseg é exercida por meio de três principais órgãos dirigentes: a Assembleia Geral, o Conselho Diretor e o Conselho Fiscal.

### Assembleia Geral

Órgão dirigente máximo da estrutura hierárquica da CNseg, composto um representante (o presidente) de cada Federação associada, que pode indicar um suplente.

### Conselho Diretor

Órgão dirigente que responde pela direção geral e a administração da CNseg, respeitadas as diretrizes fixadas pela Assembleia Geral.

### Conselho Fiscal

Órgão de fiscalização da gestão financeira e contábil da CNseg, composto por três membros efetivos eleitos pela Assembleia Geral e até três suplentes.

## Conselho Superior

Além dos três órgãos dirigentes, a CNseg também conta com dois órgãos consultivos. São eles: o Conselho Superior e o Conselho de Ética, que prestam assessoria às instâncias decisórias da CNseg quando convocados.

O Conselho Superior é composto de até 35 membros, sendo seis natos (presidente e 1º vice-presidente da CNseg e os quatro presidentes das Federações); até 15 representantes das Federações, indicados pelo Conselho Diretor; cinco membros de notório saber; e os presidentes dos sindicatos filiados à Fenaseg.



## Conselho de Ética

O Conselho de Ética, por sua vez, é composto por 11 membros (um presidente, um vice-presidente e nove conselheiros).



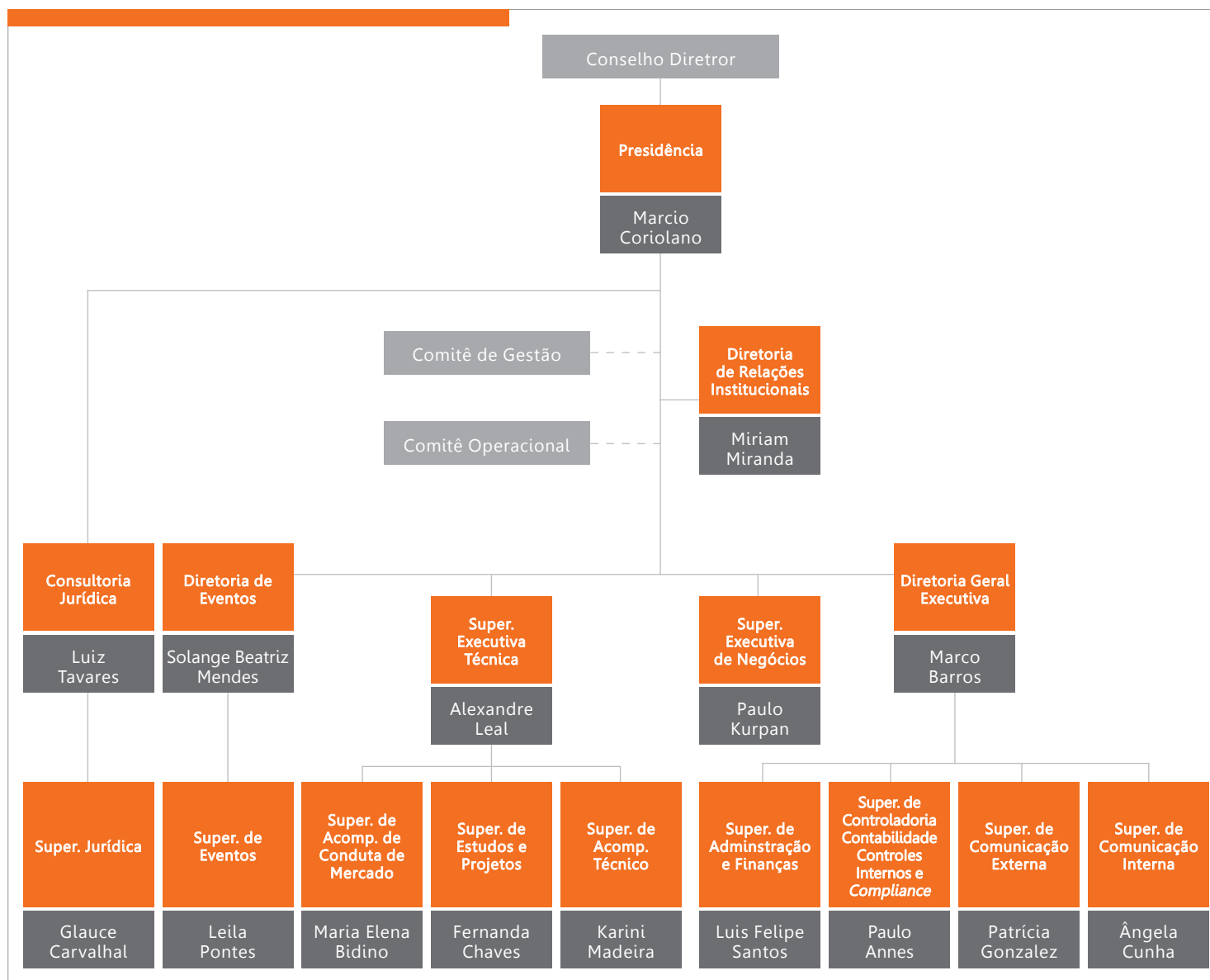
**Acesse o Código de Ética da CNseg aqui.**

O sistema representativo da Confederação também prevê a assessoria de Comissões Temáticas consultivas.

<b>Conselho Diretor - Presidente</b>	
Marcio Serôa de Araujo Coriolano	Bradesco Saúde S/A
<b>Conselho Diretor - 1º Vice-Presidente</b>	
Jayme Brasil Garfinkel	Porto Seguro Cia. de Seguros Gerais
<b>Conselho Diretor - Vice-Presidentes</b>	
Mário José Gonzaga Petrelli	Icatu Seguros S/A
Osvaldo do Nascimento	Itaú Vida e Previdência
Patrick Antônio Claude de Larragoiti Lucas • até 26/12/2016	Sul América Companhia Nacional de Seguros
<b>Conselho Diretor - Vice-Presidentes Natos</b>	
Edson Luis Franco	Federação Nacional de Previdência Privada e Vida
João Francisco Silveira Borges da Costa	Federação Nacional de Seguros Gerais
Marco Antônio da Silva Barros	Federação Nacional de Capitalização
Solange Beatriz Palheiro Mendes	Federação Nacional de Saúde Suplementar
<b>Conselho Diretor - Diretores</b>	
Acacio Rosa de Queiroz Filho • até 31/12/2016	Chubb do Brasil Cia. de Seguros
Alexandre Malucelli	J. Malucelli Seguradora de Crédito S/A
Antonio Eduardo Márquez de Figueiredo Trindade	Ace Seguradora S/A
Fabio Lins de Castro	Prudential do Brasil Seguros de Vida S/A
Francisco Alves de Souza	COMPREV Vida e Previdência S/A
Irlau Machado Filho	Notre Dame Intermédica Saúde S/A
Jorge Hilário Gouvêa Vieira	Sul América Companhia Nacional de Seguros
Luiz Eduardo Loureiro Veloso	Itaú Seguros S/A
Marcelo Augusto Dutra Labuto	Brasilprev Seguros e Previdência
Nilton Molina	Mongeral AEGON Seguros e Previdência S/A
Paulo Miguel Marraccini	Allianz Seguros S/A
Pedro Cláudio de Medeiros Bocayuva Bulcão	Sinaf Previdencial Cia. de Seguros
Pedro Pereira de Freitas	American Life Companhia de Seguros S/A
Randal Luiz Zanetti	Bradesco Seguros S/A
Wilson Toneto	Mapfre Seguros S/A
<b>Conselho Diretor - Diretor Nato</b>	
Luiz Tavares Pereira Filho	Federação Nacional das Empresas de Seguros Privados, de Capitalização e de Previdência Complementar Aberta



## Organograma funcional



## DIRETORIA-GERAL EXECUTIVA E COMISSÕES TEMÁTICAS

A Diretoria-Geral Executiva é a responsável por coordenar as ações de natureza técnica e regulatória, de prestação de serviços, administração e finanças, controles internos, contabilidade, compliance e comunicação, além de executar as deliberações do Conselho Diretor da CNseg, direcionadas a partir do Planejamento Estratégico para o período 2016/2019. É responsável também por acompanhar a rotina das Comissões Temáticas da CNseg, que são compostas por representantes das seguradoras, atuando como fórum de debates a respeito de temas relevantes para os quatro segmentos representados pela Confederação. Em 2016, o Conselho Diretor da CNseg aprovou a criação de duas novas Comissões Temáticas, Gestão de Riscos e Inteligência de Mercado, que se somaram às quinze já existentes.

As Comissões Temáticas da CNseg são as seguintes: Administração e Finanças, Assuntos Fiscais, Assuntos Governamentais, Assuntos Jurídicos, Atuarial, Controles Internos, Comunicação e Marketing, Gestão de Riscos, Inteligência de Mercado, Investimentos, Ouvidoria, Recursos Humanos, Relações de Consumo, Resseguro, Seguros Inclusivos, [Sustentabilidade e Inovação](#), e Processos e Tecnologia da Informação.

Alguns dos assuntos de destaque que foram tratados pelas Comissões Temáticas em 2016 incluem: elaboração de parecer técnico referente à 1ª auditoria da Estrutura de Gestão de Riscos; realização dos Colóquios de Proteção do Consumidor de Seguros das regiões Sul e Norte, em Curitiba e Manaus; discussão dos critérios que tornam o Patrimônio Líquido Ajustado mais sensível às variações da taxa de juros; elaboração do primeiro Relatório de Sustentabilidade Setorial de acordo com as diretrizes da GRI; construção do Panorama do Mercado de Seguros, Previdência Complementar Aberta, Saúde Suplementar e Capitalização; e Lançamento do Relatório de Atividades das Ouvidorias – 2015.

Em 2016, o Conselho Diretor da CNseg aprovou a criação de duas novas Comissões Temáticas, Gestão de Riscos e Inteligência de Mercado, que se somaram às quinze já existentes.

## A CNseg EM NÚMEROS

### Composição



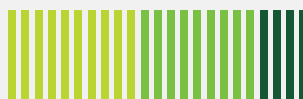
**70** Seguradoras



**68** Seguradoras e Entidades Abertas de  
Previdência Complementar



**23** Operadoras Associadas



10 Medicinas de Grupo  
9 Seguradoras  
4 Odontologias de Grupo



**17** Sociedades de Capitalização



## Atividades



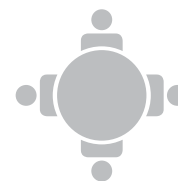
**35**

Publicações preparadas  
para leitura *on-line*  
(revistas, estudos,  
informes e cartilhas)



**17**

Comissões Temáticas<sup>1</sup>



**295**

participantes, realizaram  
121 reuniões de comissões



**137**

Projetos inscritos no Prêmio  
Antônio Carlos de Almeida  
Braga de Inovação em Seguros,  
**144%** a mais em relação a 2015



**156**

Manifestações sobre  
proposições legislativas



**100**

eventos realizados

<sup>1</sup> Apesar de oficializadas em 2016, as Comissões de Gestão de Riscos e de Inteligência de Mercado iniciaram suas atividades em 2017.



# O setor de seguros

Seguros Gerais, Previdência Privada e Vida,  
Saúde Suplementar e Capitalização no Brasil

## O MERCADO EM NÚMEROS: ESTATÍSTICAS OFICIAIS

O setor de Seguros é um importante motor da economia nacional, movimentando valores superiores ao de indústrias tradicionais, como a de automotores e a de produtos farmacêuticos, a título de exemplo.

Em 2016, o setor retornou para a sociedade na forma de indenizações, sorteios, resgates e benefícios um total de R\$ 259,8 bilhões. Trata-se de recursos essenciais para

que pessoas e empresas brasileiras possam recuperar patrimônios, garantir renda em momentos de vulnerabilidade, cuidar da saúde, e até mesmo disciplinar a economia de dinheiro para compras programadas.

Já os ativos, que representam, entre outros bens e direitos, os investimentos do setor, ultrapassaram pela primeira vez a barreira de R\$ 1 trilhão, quantia que precisa ser gerenciada de forma a garantir no futuro os compromissos assumidos pelas empresas com seus clientes.



**R\$ 259,8 bilhões**  
retornaram para a sociedade na forma de indenizações,  
sorteios, resgates e benefícios



**R\$ 1 trilhão**  
em ativos

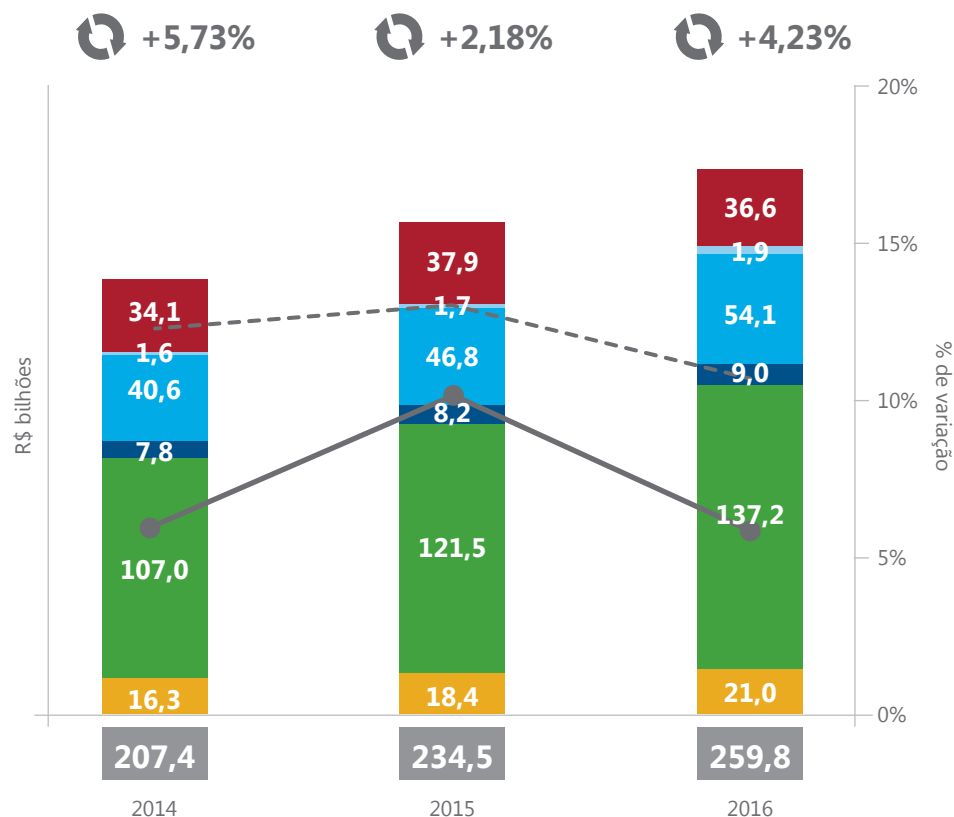


**6,4% do PIB**  
porcentagem do Produto Interno Bruto  
movimentada pelo mercado de seguros

## Indenização, sorteio, resgate e benefício evolução anual

Em R\$ bilhões e % de variação  
(Valores nominais)

- Seguros de Danos
- Cobertura de pessoas:  
planos tradicionais
- Cobertura de pessoas:  
planos de acumulação
- Cobertura de pessoas:  
planos de risco
- Saúde Suplementar
- Capitalização
- Total
- Variação Nominal
- Inflação IPCA
- 🔄 Variação Real



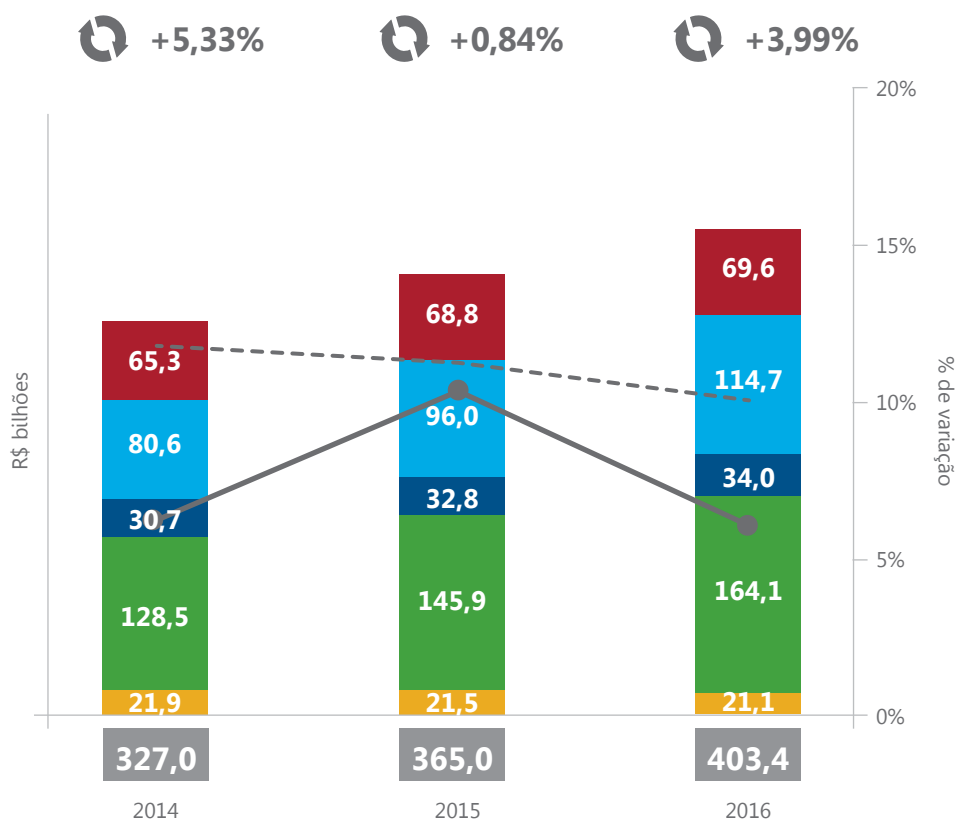
	2014	2015	2016
--- Variação nominal (%) em relação ao ano anterior	12,50%	13,09%	10,79%
—●— Inflação (%) IPCA	6,41%	10,67%	6,29%
🔄 Variação real (%) em relação ao ano anterior	5,73%	2,18%	4,23%

## Arrecadação

evolução anual  
por segmento

Em R\$ bilhões e % de variação  
(Valores nominais)

- Seguros de Danos
- Cobertura de pessoas:  
planos de acumulação
- Cobertura de pessoas:  
planos de risco
- Saúde Suplementar
- Capitalização
- Total
- Variação Nominal
- Inflação IPCA
- 🔄 Variação Real

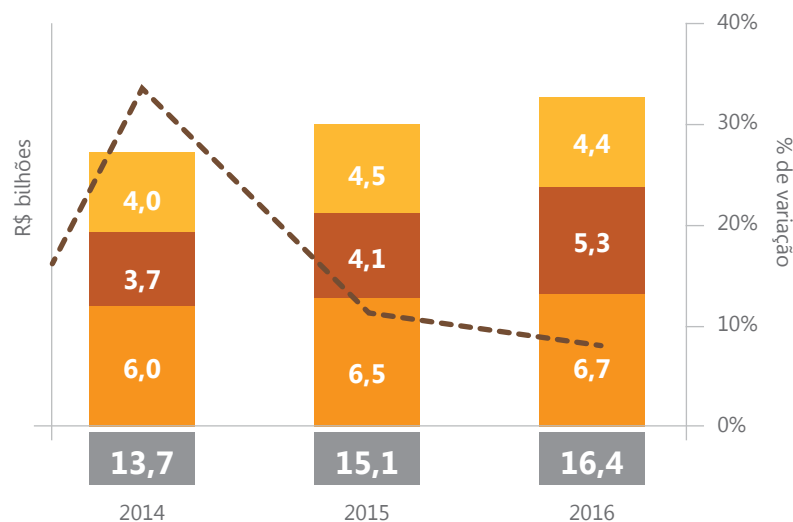


	2014	2015	2016
--- Variação nominal (%) em relação ao ano anterior	12,07%	11,60%	10,53%
— Inflação (%) IPCA	6,41%	10,67%	6,29%
🔄 Variação real (%) em relação ao ano anterior	5,33%	0,84%	3,99%

## Tributação paga pelo setor evolução anual

Em R\$ bilhões e % de variação (Valores nominais)

- Despesa em tributo
- Contribuição social
- Imposto de renda
- Total
- Variação

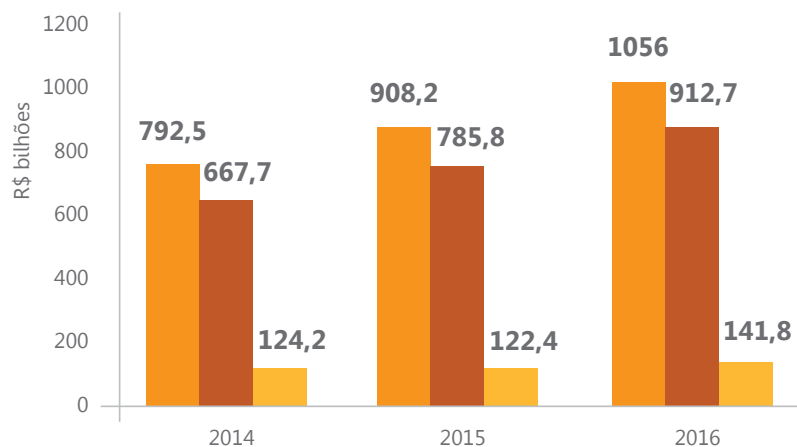


	2014	2015	2016
Variação	34,6%	10,4%	8,5%

## Outros indicadores

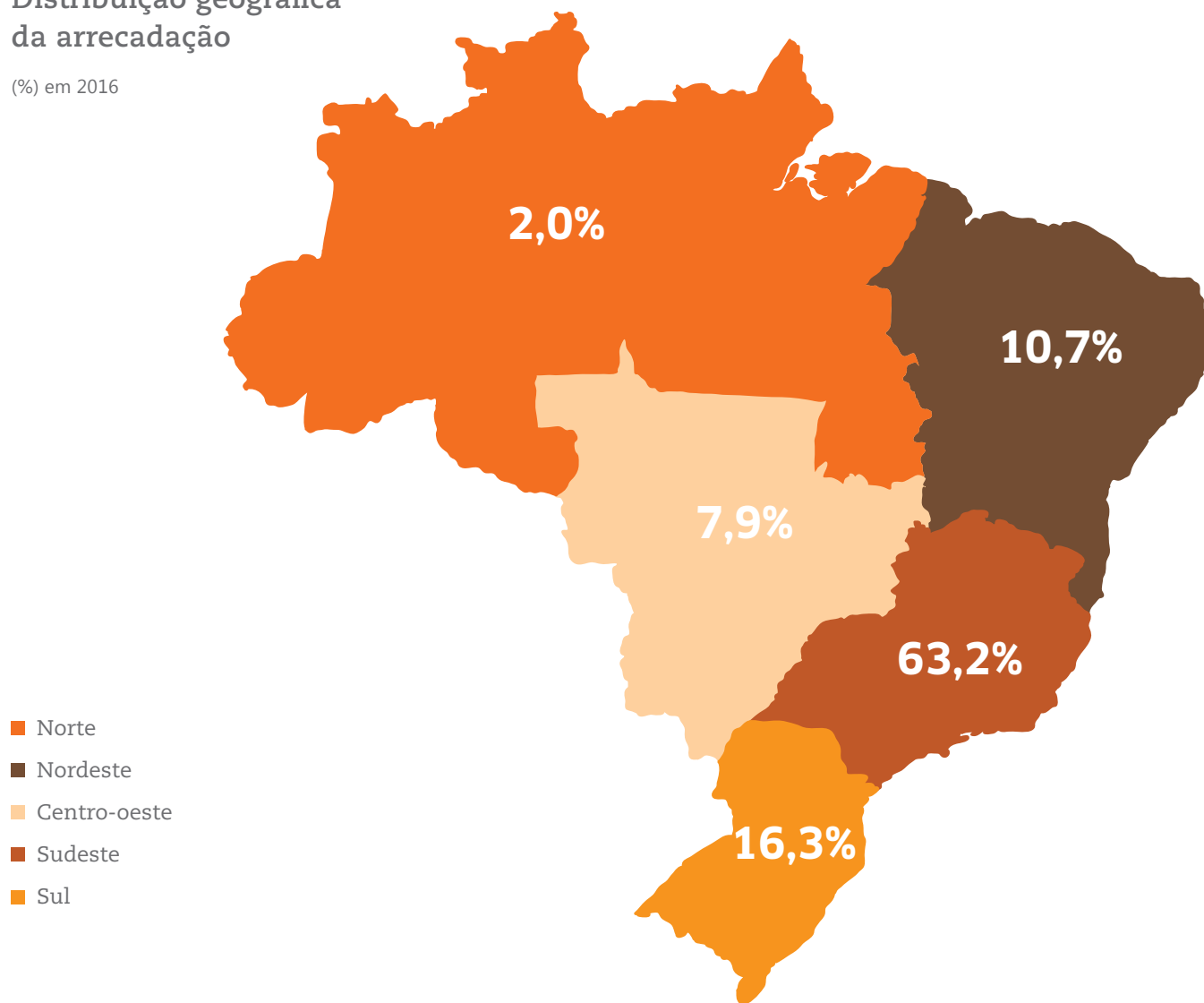
Em R\$ bilhões (Valores nominais)

- Ativo
- Passivo
- Patrimônio Líquido



### Distribuição geográfica da arrecadação

(%) em 2016



## VISÃO GERAL DO MERCADO EM 2016: A IMPORTÂNCIA DA EDUCAÇÃO EM SEGUROS PARA O CRESCIMENTO SUSTENTÁVEL DO SETOR

Apesar do cenário econômico desafiador, a arrecadação do setor de seguros em 2016 cresceu, em termos nominais, 10,5% em relação ao ano de 2015, alcançando R\$ 403,4 bilhões em prêmios e contribuições.

Novamente, como observado em 2015, destacaram-se positivamente os planos de acumulação da família VGBL (expansão de 21,9%), o seguro de pessoas na modalidade individual (27,4%), os seguros rurais (11,3%), crédito e garantia (15,0%) e habitacional (10,9%), além do segmento de saúde suplementar (12,4%).

Esse bom desempenho não foi observado em carteiras tradicionais, como a de automóveis, onde se observou uma retração de 2,4%, reflexo das altas taxas de desemprego, maior restrição na concessão de crédito, além da própria queda nas vendas da indústria automobilística.

Outros destaques negativos foram riscos de engenharia (-23,0%), seguro de garantia estendida (-9,3%), planos

tradicionais de risco (-6,2%) e capitalização (-2,0%). Observamos também um crescimento expressivo no retorno à sociedade. O volume de indenizações, benefícios, resgates e sorteios pagos pelo setor alcançou a cifra de R\$ 259,8 bilhões, 10,8% acima do valor observado em 2015. As provisões técnicas cresceram 19,2%, atingindo o expressivo patamar de R\$ 818,8 bilhões.

Em 2016 a Susep aprovou a venda do Seguro Auto Popular e lançou as primeiras bases regulatórias para a comercialização do Universal Life, dois produtos que há muito vêm sendo aguardados pelo mercado e pelos consumidores, especialmente no cenário econômico atual do país. Como a disponibilidade de renda diminuiu, e como a população continua a demandar proteção, novas condições securitárias flexíveis como o Auto Popular e o Vida Universal criam oportunidades para que as seguradoras ofereçam outras condições de acesso a produtos que protejam patrimônios e rendas de amplas camadas de consumidores.

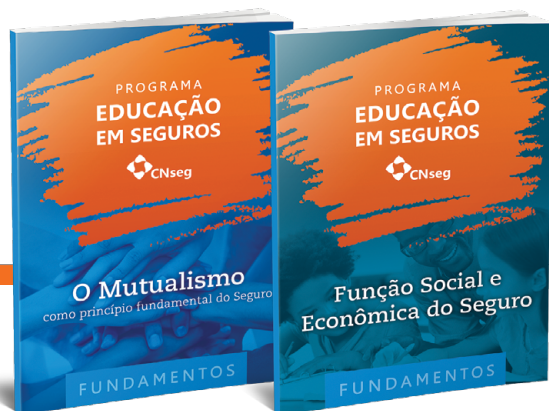
Junto com a necessidade de inovação das empresas, o contexto econômico desfavorável acentua ainda mais a necessidade de promoção da Educação em Seguros, para garantir que os brasileiros gerenciem melhor os riscos que permeiam o seu cotidiano, e saibam adquirir a proteção securitária adequada. Para contribuir com esse objetivo, a CNseg lançou em 2016 o **Programa de Educação em Seguros**.



## Programa de Educação em Seguros da CNseg

Lançado em julho de 2016, o **Programa de Educação em Seguros** da CNseg tem o objetivo de tornar o segmento mais conhecido não só pela população e por empresas, como também levar informação aos técnicos do Governo, ao Poder Judiciário, às associações, aos órgãos de defesa do consumidor e a outras instâncias. O Programa visa promover uma ampla divulgação do funcionamento dos seguros e das proteções ofertadas, facilitar a identificação dos riscos aos quais se está exposto, e levar informações relevantes para uma decisão consciente na hora da compra, e assim tornar o consumidor um aliado das seguradoras.

No âmbito do Programa serão desenvolvidas 21 ações, nas mais variadas frentes, que visam ampliar o conhecimento e a percepção sobre seguros e sua importância para a vida pessoal, familiar e em sociedade. As ações incluem a distribuição de cartilhas à população, o levantamento de dados relevantes do mercado mundial para o Ministério da Fazenda e o provimento de informações ao Poder Judiciário e aos órgãos de defesa do consumidor, entre outras esferas. Também serão produzidos livretos, games interativos, rádio *web*, seminários, campanhas na mídia, simuladores financeiros, entre outras iniciativas.



O Mutualismo como  
princípio fundamental  
do Seguro



Função Social e  
Econômica do Seguro

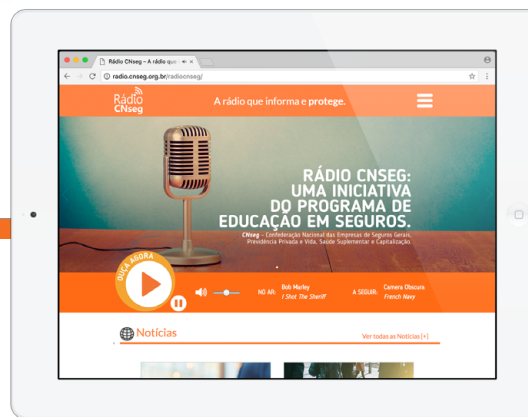
## Livretos de Educação em Seguros

A série de livretos “Fundamentos do Seguro”, lançada como uma das ações do Programa de Educação em Seguros, aborda conceitos essenciais relacionados à atividade seguradora, de modo a fortalecer a noção de prevenção de riscos. Cada edição - de um total de 36 - será escrita por um especialista, abordando um tema específico relacionado ao setor.

Em 2016 foram lançados o primeiro livreto, sobre **O Mutualismo**, e o segundo, sobre **Função Social e Econômica de Seguro**.

## Rádio Web

Informação, serviço e entretenimento. A Rádio CNseg chegou ao mercado no dia 19 de outubro de 2016, com a proposta de ampliar os canais de diálogo do setor de Seguros com a sociedade, provendo conteúdo jornalístico de interesse do consumidor, sempre com viés de serviço. Durante 24 horas por dia, de segunda-feira a domingo, a grade do novo veículo apresenta reportagens especiais, dicas, boletins de notícias do setor, da economia e da política, além de programação musical. A intenção é combater a desinformação e esclarecer a população sobre os fundamentos e características dos produtos oferecidos pelos segmentos de Seguros, Previdência Privada, Saúde Suplementar e Capitalização.



Rádio CNseg

Com o *slogan* “a rádio que informa e protege”, a Rádio CNseg é uma das 21 ações transformadoras propostas pelo Programa de Educação em Seguros. Exclusiva para plataforma online, a Rádio é transmitida por meio do site <http://radio.cnseg.org.br>. Também pode ser acessada pelo Portal [www.cnseg.org.br](http://www.cnseg.org.br), além de estar disponível em aplicativo para *smartphones*.

A escolha do veículo rádio como meio de comunicação institucional da CNseg está amparada em estatísticas que comprovam o poder de penetração desse canal. De acordo com dados do IBOPE, no primeiro trimestre de 2016, 89% da população brasileira, concentrada nas 13 principais regiões metropolitanas do País (52 milhões de pessoas), utilizou o rádio para se informar sobre temas diversos.

## Campanha nas redes sociais

A campanha ‘Você Consegue’ nas mídias sociais contempla o lançamento do *hotsite* [voceconsegue.cnseg.org.br](http://voceconsegue.cnseg.org.br), a página no Facebook e perfis no Twitter e no LinkedIn criados pela CNseg. O objetivo da campanha é utilizar a linguagem popular na internet e ampliar os canais de comunicação entre o mercado de seguros e a sociedade.

A primeira etapa da campanha teve início no dia 10 de outubro de 2016, com duas frentes de atuação: a ação ‘transmídia’, realizada no Largo da Carioca, no Rio de Janeiro, com a instalação de um muro estampado com



a *hashtag* #deixeiparatrás. Aqueles que por ali passavam eram convidados a registrar o que haviam abandonado por se preocupar com o futuro. Na outra frente de ação, com a participação de influenciadores no Twitter e Instagram, foi lançado o *hotsite* [deixeiparatras.com.br](http://deixeiparatras.com.br), apontando o que levou as pessoas a desistirem de projetos de vida.

O muro foi totalmente preenchido em cinco horas, e a campanha *on-line* alcançou 1.000 curtidas nas primeiras 24h, chegando aos *Trending Topics* do Twitter logo no primeiro final de semana.

A partir das respostas dos participantes, obtidas na primeira etapa, foi construída a comunicação da virada de campanha, denominada ‘Você Consegue’. A proposta é mostrar, a partir das narrativas apresentadas, de que forma o Seguro, a Previdência Privada, a Saúde Suplementar e a Capitalização podem assegurar o futuro.

### 3º Semana Nacional de Educação Financeira

A Terceira Edição da Semana de Educação Financeira, promovida pelo Governo Federal por intermédio do CONEF, ocorreu entre os dias 16 a 22 de maio de 2016. Além das iniciativas online e presenciais inscritas pelas seguradoras e parceiras, o setor de seguros marcou sua presença na programação da Semana com a realização do I Seminário Susep de Educação Financeira, promovido pela Susep com o apoio da CNseg. O evento ocorreu no dia 19 de maio de 2016, no Prodigy Hotel – Santos Dumont, das 8h30 às 18h.

O evento também marcou a assinatura do Protocolo de Intenções firmado entre a CNseg, a Susep, a Federação Nacional dos Corretores de Seguros Privados e de Resseguros, de Capitalização, de Previdência Privada, das Empresas Corretoras de Seguros e de Resseguros – Fenacor e a Escola Nacional de Seguros – ENS visando o desenvolvimento e a execução conjunta de programas relacionados à Estratégia Nacional de Educação Financeira – ENEF.



### Peça de Teatro “Suse, Perez, a Atuária Natália e o Sonho do Prêmio”

Em 2016, foram realizadas 16 apresentações da Peça de Teatro “Suse, Perez, a atuária Natália e o sonho do Prêmio” no Rio de Janeiro, alcançando mais de 3.000 estudantes. A peça, com duração de 30 minutos, dividida em esquetes e canções, aborda a amizade entre quatro amigos e mescla situações cotidianas que abordam o mercado segurador. Durante a apresentação, os espectadores puderam conhecer a história da origem do seguro, como adquirir, o que ele é capaz de proteger, o que faz um profissional de ciência atuarial e dicas de planejamento financeiro. A peça, da companhia teatral “Ensino em Cena”, é voltada para alunos dos ensinos médio e fundamental. O espetáculo é realizado pela CNseg e pela Susep, com patrocínio da ENS.

## Concurso Cultural “Minha Vida Mais Segura”

O 1º Concurso Cultural Minha Vida Mais Segura, realizado pela CNseg com o apoio da Susep, foi lançado no dia 19 de maio de 2016, no Rio de Janeiro, durante o I Seminário Susep de Educação Financeira. O Concurso teve como objetivo a produção de vídeos de até dois minutos ou posts em forma de texto, fotografia ou ilustração, que representassem uma história relacionada à importância de um ou mais tipos de seguros na vida de uma pessoa ou de uma família, ou outros fatos que levassem à reflexão acerca do tema “Qual a importância do seguro na sua vida?”

O material finalista foi avaliado por uma comissão julgadora, que considerou a adequação ao tema do concurso, a originalidade, a criatividade e a estética. Os vencedores foram conhecidos no dia 21 de novembro de 2016 em cerimônia premiação realizada na Susep. O autor do melhor post ganhou um iPad Wi-Fi, 16GB e o do melhor vídeo uma câmera GoPro Hero 4 e um notebook com processador Intel Core i5.



## Colóquios de Proteção do Consumidor de Seguros

O Colóquio de Proteção do Consumidor de Seguros foi idealizado e realizado pela primeira vez no ano de 2015, no âmbito das Comissões de Relações de Consumo e Ouvidoria da CNseg. O projeto, que integra a ênfase do consumidor do Planejamento Estratégico da CNseg para 2016-2019, é fruto do amadurecimento das discussões do mercado segurador sobre a necessidade de aprimoramento dos canais de diálogo com as entidades de proteção do consumidor, conferindo a estas a oportunidade de expor os principais motivos de reclamações relacionados ao setor de seguros, e às empresas a oportunidade de explicar conceitos e aspectos técnicos relacionados aos produtos de seguro, previdência privada, capitalização e planos de saúde, e também de apresentar soluções para os motivos mais reclamados.

Em 2016 foram realizadas duas edições dos Colóquios de Proteção do Consumidor de Seguros.

### 2º Colóquio de Proteção do Consumidor de Seguros

10 e 11 de março de 2016 – Curitiba/PR

A CNseg realizou o 2º Colóquio de Proteção do Consumidor nos dias 10 e 11 de março de 2016, em Curitiba/PR, em parceria com o Procon Estadual do Paraná, por intermédio da sua Diretora Claudia Francisca Silvano, também Presidente da Associação Brasileira de Procons.

O Colóquio contou com 75 participantes, sendo: 34 representantes de 12 seguradoras, 15 representantes da CNseg e Federações, além de 26 representantes de 20 Procons da região sul.

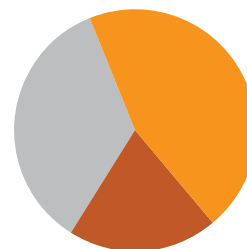
Participaram do evento 26 representantes dos 20 Procons a seguir listados:

- Procon Estadual de Santa Catarina
- Procon Estadual do Paraná
- Procon de Apucarana/PR
- Procon de Arapongas/PR
- Procon de Blumenau/PR
- Procon de Cambé/PR
- Procon de Campo Largo/PR
- Procon de Cascavel/PR
- Procon de Foz do Iguaçu/PR
- Procon de Guarapuavana/PR
- Procon de Londrina/PR
- Procon de Manguinhos/PR
- Procon de Maringá/PR
- Procon de Matelândia/PR
- Procon de Paranavaí/PR
- Procon de Ponta Grossa/PR
- Procon de Porto Alegre/RS
- Procon de Rio Negro/PR
- Procon de Toledo/PR
- Procon de Umuarama/PR

## 2º Colóquio de Proteção do Consumidor de Seguros

Total: 75 participantes

**35%**  
Entidades de Proteção  
do Consumidor – Procons



**45%**  
Seguradoras

**20%**  
CNseg e Federações



**34**  
Representantes de  
**12** seguradoras



**15**  
Representantes da  
CNseg e Federações



**26**  
Representantes de  
**20** Procons da região Sul

### Temas abordados

No primeiro dia do Colóquio, as seguradoras fizeram apresentações sobre conceitos, fundamentos regulatórios e pontos de atenção dos seguros de garantia estendida, furto e roubo de celular, automóvel, e habitacional. No painel sobre o seguro Habitacional foi lançada a cartilha “Entenda o seguro Habitacional”, editada pela FenSeg com o objetivo de esclarecer os consumidores sobre as principais características desse ramo de seguro.

No segundo dia, os temas abordados foram “os canais de acesso dos Procons ao setor de seguros”, a “comercialização de seguros ilegais – perspectiva setorial sobre um problema recorrente nos Procons”, “solução de conflitos nos Procons – propostas efetivas” e “a representação das seguradoras nos Procons”, além do “cenário e perspectiva da Política Estadual de Proteção do Consumidor”.

### 3º Colóquio de Proteção do Consumidor de Seguros

18 e 19 de outubro de 2016 – Manaus/AM

Nos dias 18 e 19 de outubro de 2016, a CNseg realizou o 3º Colóquio de Proteção do Consumidor de Seguros, em Manaus/AM, ainda em parceria com a Presidente da Associação Brasileira dos Procons, Claudia Francisca Silvano, e com a Secretária Executiva do Procon Amazonas e Diretora da Associação Brasileira de Procons para a região Norte, Rosely de Assis Fernandes. A Sra. Patricia Galdino representou o titular da Secretaria Nacional do Consumidor – Senacon, Armando Rovali.

O evento contou com a presença de 114 participantes, sendo: 52 representantes de 14 Procons, 29 membros de outras entidades de Defesa do Consumidor, 18 representantes de 12 seguradoras e 15 funcionários da CNseg e Federações.

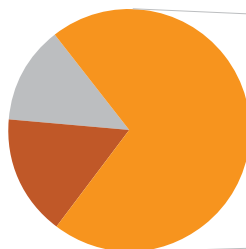
Os 81 representantes das 24 Entidades de Proteção do Consumidor, que somaram mais de 70% do público, e estão listados a seguir:

- Secretaria Nacional do Consumidor - Senacon
- Procon Estadual do Amazonas
- Procon Estadual do Paraná
- Procon Estadual do Amapá
- Procon Estadual do Acre
- Procon Estadual da Paraíba
- Procon Estadual de Santa Catarina
- Procon Estadual do Pará
- Procon Estadual de Rondônia
- Procon Municipal de Manaus/AM
- Procon Municipal de Boa Vista/RR
- Procon Municipal de Presidente Prudente/SP
- Procon Municipal de Teófilo Otoni/MG
- Procon Carioca
- Procon Municipal de Santa Maria/RS
- Delegacia Especializada em Proteção ao Consumidor do Estado de Roraima - Decon/RR
- Delegacia Especializada em Proteção ao Consumidor do Estado do Amazonas - Decon/AM
- Promotoria de Defesa do Consumidor do Estado do Amazonas – Prodecon/AM
- Consultoria em Defesa do Consumidor - Condecon
- Agência Reguladora do Estado do Amazonas
- Defensoria Pública do Estado do Amazonas
- Procuradoria da República no Estado do Amazonas
- Seccional da Ordem dos Advogados do Brasil - OAB no Estado do Amazonas
- Assembleia Legislativa do Estado do Amazonas – ALEAM

### 3º Colóquio de Proteção do Consumidor de Seguros

**13%**  
CNseg e  
Federações

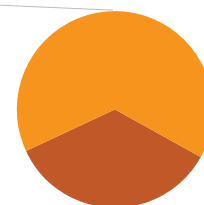
**16%**  
Seguradoras



**71%**  
Órgãos de Proteção  
do Consumidor

**65%**

Procon



**35%**  
outros

Total: 114 participantes



**52**

Representantes de  
**14** Procons



**29**

membros de entidades  
de Defesa do  
Consumidor



**18**

Representantes de  
**12** seguradoras



**15**

Funcionários da  
CNseg e Federações

#### Temas abordados

No primeiro dia, foram discutidas questões gerais do seguro, Saúde Suplementar, Seguro Automóvel, Seguro de Garantia Estendida e Roubo/Furto de Celular e Previdência Privada Aberta. As apresentações foram feitas por representantes do mercado segurador.

No dia seguinte, os painéis contaram com represen-

tantes dos Procons e Ouvidores para debaterem sobre as demandas do consumidor da Região Norte e os principais problemas que o setor de seguros enfrenta quanto à informação e conhecimento de seus produtos, tanto por parte do consumidor de seguros, quanto por parte dos servidores dos Procons que devem atendê-los.

# Seguros Gerais



A FenSeg é uma entidade associativa que representa seguradoras que operam com os Seguros de Danos, isto é, seguros que cobrem riscos relativos a coisas, bens imateriais, créditos e outros direitos patrimoniais. Dessa forma, o crescimento da economia é especialmente sensível para o desenvolvimento deste segmento. O pico da recessão no final de 2016 afetou duramente o mercado de Seguros Gerais, que arrecadou R\$ 69,6 bilhões, registrando um crescimento nominal de 1,2% em relação a 2015, o que representa um crescimento real negativo se considerarmos a inflação do período (IPCA em 6,29%).

A seguir, estão resumidos os principais destaques do ano de 2016 para o segmento representado pela FenSeg, bem como perspectivas da Federação em relação à sustentabilidade das operações de Seguros Gerais.

- O ramo de Automóvel representa 45% da arrecadação das associadas da FenSeg. Trata-se também do seguro mais afetado pela crise econômica, dado que as vendas de veículos novos caíram acentuadamente, e a massa de veículos segurados encontra-se preponderantemente na faixa de 0 a 5 anos de uso.

Houve, inclusive, queda nominal de 2,4% em termos de arrecadação do ramo. O desempenho negativo do seguro de automóvel foi preponderante para o ano ruim de Seguros Gerais.

■ **Os Ramos Patrimoniais**, que representam 18,5% do mercado, cresceram 1,2% em termos nominais. Esse foi outro ramo chave que encolheu em termos reais.

Riscos que tiveram um bom desempenho e representam 15% do mercado foram:

■ **Riscos Financeiros:** crescimento de 15% (somente o ramo de Garantia obteve um crescimento de 22%)

■ **Rural:** crescimento de 11% – houve um incremento das operações de crédito rural, demanda acelerada com safras boas e expansão da área geográfica plantada. O ramo de seguro rural cresce à medida que o crédito rural se expande. O seguro, com o crédito e a assistência técnica, forma o tripé que fomenta a pujança da agricultura brasileira.

■ **Habitacional:** crescimento de 11%, alavancado pelo crescimento da dívida imobiliária, uma vez que o ramo precisa precificar seu risco de acordo com a dívida de seus segurados.

**Seguro Auto Popular** Fatores estruturais como a redução da venda de veículos zero e a restrição de financiamentos bancários fez com que o mercado de carros usados se

destacasse nos últimos anos. O seguro Auto Popular foi uma alternativa desenhada pelo mercado segurador para aumentar a penetração de seguros para veículos com mais de 5 anos, quando já ocorreu a perda da garantia total das peças. Nesta modalidade de seguro, podem ser utilizadas peças usadas devidamente registradas no banco de dados do Contran, uma novidade que busca inibir a utilização de peças adquiridas no mercado marginal. A expectativa é que o mercado se adapte a todas as cadeias que envolvem o novo ramo em um prazo de 5 anos.

**Nova lei de licitações do Governo** visando formatar um novo arcabouço regulatório para a contratação de obras futuras, no âmbito do grande projeto de infraestrutura que o Estado brasileiro deverá lançar, o seguro Garantia de Obrigações segue em debate para aprimoramento. Persistem algumas diferenças de interesses entre os atores envolvidos, que precisam ser equacionadas para a construção de um modelo que atenda os anseios do mercado e demais partes interessadas.

## Perspectiva de futuro: os Seguros Gerais daqui a 20/30 anos

**Carros autônomos** têm o potencial de mudar radicalmente a indústria de seguros em um de seus ramos mais massificados. A tendência é que sejam desenvolvidos carros mais seguros, modificando os riscos e o papel da seguradora. Há ainda a possibilidade de cenários de riscos catastróficos para carros autônomos por meio

de *cyber* ataques. Na esteira da economia colaborativa, o uso do carro compartilhado também pode mudar a forma de atuação da indústria, que precisa estar preparada para novas tendências sociais e econômicas.

## Caos da violência urbana

Os segmentos representados pela FenSeg são os mais impactados pelos movimentos políticos da sociedade – a maneira como o Estado e cidadãos se relacionam. Os fatores de risco são mais previsíveis e estáveis quando a sociedade se encontra em equilíbrio razoável com as instituições que compõem o Estado. Quando o Estado se omite, os riscos causados pela ineficiência pública são transferidos para soluções de mercado, que precificam o risco de forma inflacionada para sobrepor condições conjunturais, o que pode excluir parte da população que não consegue pagar para ter acesso à proteção do seguro.

A crise do sistema de segurança em algumas unidades federativas é um ponto de atenção para o setor, uma vez que a partir de 2016 tem se observado um aumento da frequência de furtos e roubos de veículos.

## Educação em Seguros

Os mercados de seguros desenvolvidos no mundo estão circundados de bons institutos e de mão de obra extremamente especializada. Um tema estratégico para os Seguros Gerais, e lembrado pela CNseg em seu planejamento estratégico, é a Educação em Seguros,

que tem como objetivo superar esses obstáculos para o desenvolvimento do mercado brasileiro.

## Tudo Digital

A tendência mundial de digitalizar processos, documentação e acesso a serviços precisa ser incorporada pelo segmento para fazer frente à nova realidade, onde tudo e todos se relacionam por meios digitais.

## Publicações da FenSeg

Em 2016, a FenSeg editou e publicou as seguintes cartilhas informativas, que se somam ao rol já lançado pela Federação em seu exercício permanente de promoção da transparência e colaboração para o desenvolvimento de uma cultura de seguros no País.



# Seguro de Pessoas



No âmbito do mercado segurador o denominado Segmento de Pessoas é representado pelos planos de seguros de pessoas e pelos planos de benefícios de caráter previdenciário.

No ano de 2016, ocorreram muitos desafios para o País, catalisados, sobretudo, por profundos acontecimentos nos ambientes político e econômico e cujos efeitos, ainda em andamento, geram fatos e expectativas que trazem impactos para o Segmento de Pessoas.

## 2016 para Seguro de Pessoas

■ Os seguros de pessoas - de vida, de acidentes pessoais, de viagem, educacional, prestamista, etc - contratados, de forma coletiva, por empresas, em favor de seus empregados e dirigentes, por pessoa jurídica qualquer, em proveito de grupo de pessoas que a ela, de qualquer forma, se vincule, ou de forma individual, têm relação direta com a desaceleração da economia, ou seja, emprego, renda, consumo e crédito.

Como esses indicadores tiveram, no ano, desempenho sofrível, os seguros de pessoas foram, de modo geral, negativamente afetados em sua evolução, em termos reais.

■ Algumas modalidades sofreram impacto negativo maior do que outras, destacadamente o seguro prestamista, extremamente vinculado ao crédito e ao consumo, tendo uma retração de 16% nominal em relação a 2015. Vida e acidentes pessoais tiveram uma evolução tímida em relação ao ano anterior, com crescimento abaixo da inflação, impactados, principalmente, pelo alto e crescente nível de desemprego e consequente perda de renda das pessoas.

■ Outros apresentaram desempenho razoável, tais como o seguro viagem, o de auxílio funeral e o seguro educacional, que evoluíram em sua arrecadação de prêmios na ordem de 87,1%, 24,1% e 78,4%, respectivamente. São modalidades, no entanto, que partem de uma base menor de clientes, com potencial elevado de penetração e, portanto, esses números mascaram um desempenho que poderia ter sido ainda mais alto em outro cenário.

■ Apesar do crescimento médio limitado em planos contratados de forma coletiva, os planos contratados individualmente tiveram um bom desempenho em 2016, evidenciando que, em tempos de crise, as pessoas buscam ampliar sua proteção quando é viável. A participação destes últimos planos no total de

arrecadação de prêmios passou a 19,4% em 2016, enquanto em 2015 era de 15,8%. Os momentos de crise aguçam a conscientização dos agentes econômicos no tocante à necessidade de proteção, pois alguns riscos tendem a se fazer mais presentes.

## **2016 para os Planos de Caráter Previdenciário, de Benefícios de Previdência Aberta Complementar e de Seguros de Pessoas, com cobertura por sobrevivência, nos quais prevalece a formação e acumulação de poupanças de longo prazo.**

■ O contexto para esses produtos, no ano de 2016, foi distinto, impactado, não só pelas expectativas criadas com a proposta de Reforma da Previdência Social, mas também pelo cenário de taxas de juros altas que o Brasil historicamente vivencia, além de a isso se somar a instabilidade e incertezas na esfera política. Esse conjunto de fatores leva os brasileiros a possuírem um perfil para investimentos extremamente conservador, ou seja, de aversão à tomada de investimentos de longo prazo e com maior nível de risco. Consequentemente, prevalece o foco em aplicações de renda fixa, que melhor se encaixam nos conceitos mais conservadores, inerentes aos objetivos dos planos de caráter previdenciário.

Em 2016, podemos destacar dois fatores de atração para a demanda verificada em torno desses produtos: as propostas, em discussão, sobre a Reforma da Previdência Social – dada a conscientização, cada vez maior, da insustentabilidade do modelo atual; e o perfil conservador do investidor brasileiro. Portanto, em 2016, foi possível observar um fluxo crescente na captação de recursos pelo segmento de planos de caráter previdenciário, mesmo que sem alcançar um novo patamar, mas sendo suficiente para manter o ritmo de crescimento observado na última década. A captação líquida em 2016 cresceu na ordem de 25%, contra os 23% verificados em 2015.

■ Não obstante, em 2016, esses planos contaram com menos adesões. Foram 558 mil novos entrantes, número consideravelmente menor do que os 1.214 de 2015. O cenário de contribuições por meio de planos coletivos instituídos por pessoas jurídicas, em favor de empregados e dirigentes de empresas foi o principal fator redutor de entrantes, impactado pela alta do desemprego. Os resgates de recursos, todavia, permaneceram em nível estável, com percentual de 15,5%, contra 14,8% em 2015.

## 2016 com mudança regulatória do setor

■ No que diz respeito às regras para aplicação de recursos, houve uma evolução com a publicação da Resolução CMN nº 4.444, tendo sido obser-

vado como dois de seus muitos avanços a previsão da figura do proponente qualificado e a possibilidade de aplicação de recursos em investimentos no exterior. No entanto, o mercado vê com certa apreensão o cenário projetado de taxas de juros muito reduzidas, pois demandará maior flexibilização nas regras e critérios para aplicação desses recursos, inclusive em novas modalidades de investimentos.

## Evento realizado pela FenaPrevi

### VIII Fórum Nacional de Seguros de Vida e Previdência Privada

Realizado em agosto de 2016, o Fórum foi um espaço de debate público, com a participação de formadores de opinião, técnicos e executivos do segmento. O evento focou na análise da situação atual da Previdência Social, sobre as perspectivas das propostas alinhadas para sua reforma e no tocante à urgência de solução para o assunto, de fundamental importância para o futuro desenvolvimento sustentável do País.



**Acesse detalhes do evento**

## Reflexões e desafios sobre o futuro do segmento de pessoas

As perspectivas são de mudanças consideráveis no setor em termos de distribuição e acesso, bem como na oferta de novos produtos mais aderentes às necessidades das diversas camadas da sociedade. O segmento ainda está muito atrelado à distribuição de seus produtos por meio das agências bancárias, e é necessária uma alternativa a essa característica, devido às mudanças que vêm ocorrendo nos próprios bancos, com cada vez menos interação física com os clientes. A proteção da renda individual e familiar tem apelo para distribuição pelo corretor, que também é um vetor de distribuição que passará por transformações imprescindíveis, como a necessidade de diversificação do *portfólio* de produtos a serem oferecidos e a inserção

no mundo digital. O modelo de consultoria financeira digital é uma realidade que não poderá ser ignorada pelo segmento e seus intermediários.

O papel da FenaPrevi é facilitar a interlocução entre os diversos atores envolvidos - órgãos de Governo, órgãos da sociedade civil, associações de proteção do consumidor, etc - que precisam desenhar juntos um caminho para o segmento, tendo sempre como foco a aderência (*suitability*) dos produtos oferecidos pelo segmento aos consumidores interessados. Estes, em última instância, desejam garantir a segurança financeira do núcleo familiar em função da ocorrência de eventuais infortúnios ou mesmo por outras necessidades, como, por exemplo, complementar a aposentadoria da Previdência Social, visando a manutenção de determinado nível de renda no período pós-laboral.

### Patrimônio de afetação

É o instituto através do qual haverá a garantia legal de que os ativos garantidores das reservas que constituem os direitos dos segurados perante a sociedade seguradora, devidamente apartados dos demais ativos, somente poderão ser utilizados com a finalidade específica de pagar os referido direitos, inclusive no caso de decretação da liquidação extrajudicial ou falência da sociedade seguradora. O tema é extremamente importante não só para o segmento de Pessoas, mas também para todo o mercado segurador, sempre aberto a discussões, com todas as partes interessadas, visando a construção de um modelo factível que garanta o desenvolvimento sustentável das operações do setor.

# Saúde Suplementar



A Federação Nacional de Saúde Suplementar representa 18 grupos de operadoras de planos privados de assistência à saúde, totalizando 23 empresas dentre 1.173 operadoras em atividade com beneficiários.

## Conjuntura Econômica- Epidemiológica

Em 2016, a crise econômica instalada no País se aprofundou e se refletiu na queda de 1,4 milhão de bene-

ficiários de planos médico-hospitalares na Saúde Suplementar, essencialmente pela piora significativa dos níveis de emprego e renda da população brasileira.

A dinâmica do mercado formal de trabalho é um dos principais impulsionadores do setor de Saúde Suplementar, situação que tem sido reafirmada no período recente, diante da perda do número de postos de trabalho e de beneficiários de planos de assistência médica. Mesmo diante dos tímidos sinais da recuperação do mercado de trabalho, o setor projeta uma retração entre -1,5%

e -0,8%. O crescimento do mercado dependerá, basicamente, do desempenho da atividade econômica (PIB) e da evolução do mercado de trabalho. Estes, por sua vez, são altamente dependentes das condições políticas para a aprovação das reformas necessárias.

O ambiente epidemiológico no País não ajudou. Apenas o vírus da Zika provocou a morte de quase 800 pessoas<sup>2</sup>. Sem falar na Chikungunya. Uma evidente falha governamental nos procedimentos típicos de saneamento público. Recentemente, novo desafio se apresenta com o retorno da febre amarela. O País observa a elevação das doenças crônico-degenerativas enquanto padece de doenças infecciosas que pareciam dizimadas há décadas. A FenaSaúde produziu Cartilhas com informações relevantes para a população beneficiária sobre Zika e Chikungunya, buscando contribuir para o esclarecimento e cuidado da população.

## Fatores Estruturais – Custos Crescentes

É necessário tratar de questões estruturais que atrapalham o pleno desenvolvimento da atividade de Saúde Suplementar. São fatores que atuam para a elevação dos custos, sem necessariamente contribuírem com benefícios que os justifiquem. A FenaSaúde vem alertando a sociedade quanto a esses fatores e exigindo a atenção das autoridades para estas dificuldades.

Com custos crescendo a um ritmo acima da capacidade de renda da população, a viabilidade do setor fica comprometida.

Planos de saúde têm alta superior à inflação – Os “índices de inflação” medem a variação de preços dos insumos e produtos de diversos setores, como por exemplo: alimentação, bebidas, habitação, artigos de residência, vestuário, transporte, despesas pessoais, educação, comunicação, além do item saúde e cuidados pessoais. Esses índices medem apenas a variação dos preços dos produtos pesquisados – índice de preço. É importante ressaltar que o índice de reajuste divulgado pela Agência Nacional de Saúde Suplementar – ANS não é um índice de preços. Ele é composto pela variação da frequência de utilização de serviços médico-hospitalares, Serviço Auxiliar Diagnóstico e Terapia – SAD, medicamentos, da incorporação de novas tecnologias e pela variação dos custos de saúde, caracterizando-se como um índice de valor. O índice de “inflação médica” é historicamente superior ao índice oficial de inflação. Mesmo em países desenvolvidos esses valores são, costumeiramente, mais elevados do que os custos gerais da economia.

No mercado de Saúde Suplementar, há muitas distorções que pressionam os custos e colocam em risco a saúde financeira das operadoras. Inovação tecnológica adotada sem disciplina; ampliação sem critérios das “coberturas” obrigatórias; remuneração da assistência médica pela

<sup>2</sup> Fonte: FenaSaúde

quantidade de procedimentos realizados; e valoração dos serviços hospitalares segundo margem de lucro sobre preços de materiais e medicamentos usados são algumas delas. Dessa forma, o ritmo de crescimento das despesas assistenciais supera o das receitas dos planos de saúde. Completam esse cenário: a expansão dos preços unitários dos materiais e medicamentos, o aumento na frequência de utilização dos serviços médico-hospitalares, o excesso de exames para detecção de doenças, ocasionando diagnósticos prematuros e intervenções desnecessárias, a incorporação tecnológica sem a devida comprovação de custo-efetividade e a judicialização da saúde.

Como resultado de todo esse processo de aumento de custos tivemos, de 2008 a 2016, um aumento na despesa assistencial per capita de 179,3%. No mesmo período, a inflação medida pelo IPCA foi de 72,5% e o reajuste autorizado pela ANS para os planos individuais foi de 72,5%, mostrando o descompasso entre os custos e a capacidade de pagamento das pessoas. É tarefa prioritária da Federação alertar para os fatores que impulsionam esses custos.

## Novos Produtos em Análise

Para adequar o oferecimento de produtos à realidade econômica do País, outras iniciativas têm sido adotadas pelas operadoras, pela própria ANS e pelo Ministério da Saúde, tais como a formatação de novos produtos (proposta de planos 'populares/acessíveis' e planos com pos-

sibilidades de franquia e coparticipação), ampliando a oferta aos consumidores e permitindo que estes optem pela contratação compatível à sua capacidade financeira.

## Ações de Promoção e Prevenção

As operadoras de planos de saúde estão mais atuantes na identificação dos perfis de risco de suas carteiras. As ações não estão mais voltadas apenas para gerenciamento dos doentes crônicos, mas também para a promoção da saúde e prevenção de doenças, por meio de ações voltadas para a atenção primária. Com o envelhecimento da população, houve aumento substancial das doenças crônicas nas últimas décadas, sendo imprescindível a alocação adequada dos recursos do sistema, direcionando parte dos recursos para a atenção primária, de forma a coordenar o cuidado e evitar as internações desnecessárias. Estudos demonstram que a expansão da atenção primária permitiria reduzir em 31% a quantidade de internações no Brasil.

O setor de Saúde Suplementar está cada vez mais engajado em ações de promoção de hábitos saudáveis. O VIGITEL Saúde Suplementar (Vigilância de Fatores de Risco e Proteção para Doenças Crônicas por Inquérito Telefônico), pesquisa do Ministério da Saúde, revelou que os beneficiários de planos de saúde estão fumando menos, consumindo mais frutas e hortaliças e se exercitando mais. No entanto, apesar dessa mudança positiva em alguns hábitos de vida, houve aumento exponencial da

obesidade e consumo excessivo de álcool nos últimos anos, o que é uma grande ameaça ao sistema de saúde por serem fatores desencadeantes de doenças crônicas. Desde 2008, quando foi realizada a primeira pesquisa, as proporções de indivíduos com excesso de peso e de obesos cresceram 12,5% e 36%, respectivamente. O consumo abusivo de álcool foi registrado entre 16,7% dos entrevistados, sendo maior entre os homens (24,3%) do que entre as mulheres (10,7%).

Os principais objetivos dos programas de promoção e prevenção criados pelas operadoras:

#### Vida Saudável

- Diabetes
- Hipertensão
- Alimentação saudável
- Sobrepeso/obesidade
- Doenças cardiovasculares

#### Saúde Bucal

- Doença periodontal
- Higiene bucal
- Cárie

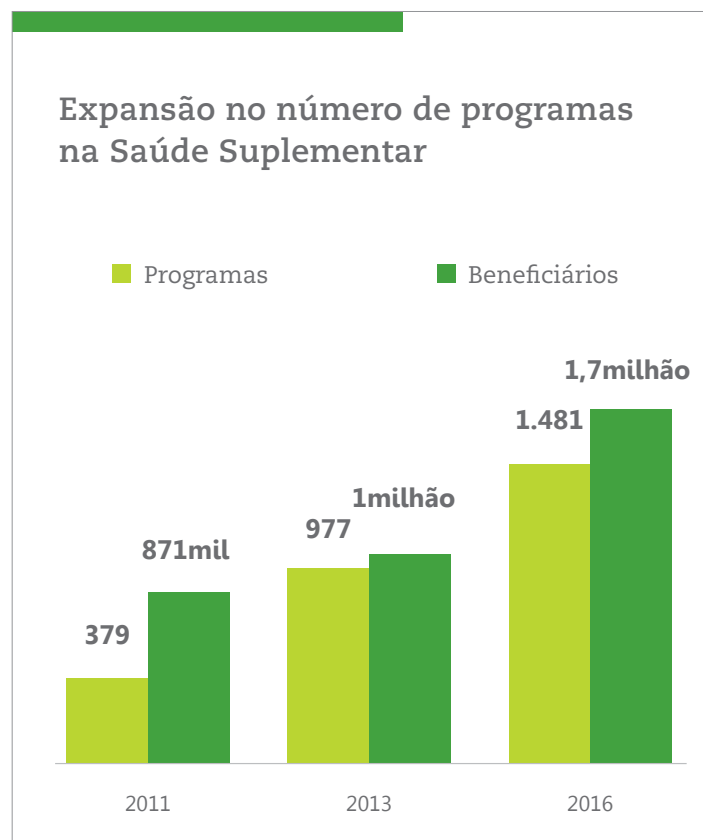
#### Saúde da Mulher

- Atenção ao pré-natal, parto e puerpério
- Câncer de mama
- Incentivo ao parto normal
- Alimentação saudável
- Sobrepeso/obesidade

#### Saúde da Criança

- Alimentação saudável / carências nutricionais
- Acompanhamento do crescimento / desenvolvimento
- Obesidade infantil
- Inatividade física
- Aleitamento materno

#### Expansão no número de programas na Saúde Suplementar



Fonte: ANS

Um dos desafios da Saúde Suplementar para a área de tecnologia será conseguir unir todas as informações que estão dispersas entre operadoras, prestadores e o órgão regulador para serem usadas a favor de todos os envolvidos neste setor.

## Novas Tecnologias em Saúde

Um dos desafios da Saúde Suplementar para a área de tecnologia será conseguir unir todas as informações que estão dispersas entre operadoras, prestadores e o órgão regulador para serem usadas a favor de todos os envolvidos neste setor. O setor terá de se valer das ferramentas que possam nos trazer um controle mais efetivo. Há um elevado número de fraudes e o desperdício pode chegar a 30% num setor<sup>3</sup>. Neste sentido, a ANS está evoluindo nas ações para padronização e divulgação das informações do setor, como por exemplo, o Padrão TISS e o DTISS (sistema de informações assistenciais).

O crescimento de empresas de tecnologias, que investem cada vez mais em *Insurtech*, em breve poderá moldar a nova realidade no setor. Os modelos de negócios utilizados por essas empresas poderão influenciar todo o

setor de seguros, principalmente no desenvolvimento e soluções tecnológicas para reduzir fraudes, desperdícios e custos; melhorar o cuidado dos pacientes; auxiliar na pesquisa e desenvolvimento de novos produtos e melhorar a monitoração da saúde. Na Saúde Suplementar, recentemente, a ANS editou uma norma com regras para a venda de planos de saúde por canais digitais. Essa foi a primeira norma neste sentido, mas já demonstra que a Agência já está de olho neste novo modelo de negócio.

Outro fenômeno recente que vem crescendo no setor de saúde é o uso de aplicativos de celulares dedicados a fornecer e/ou vender serviços, tais como consulta em domicílio ou remotas, orientações para o cuidado com a saúde e aplicativos que a monitoram em tempo real. Apesar de transmitir uma maior comodidade de acesso aos serviços e permitir um melhor relacionamento com

<sup>3</sup> Fonte: FenaSaúde

os beneficiários, estas novas tecnologias ainda não são atingidas pela regulação médica e do setor e não possuem algum tipo de fiscalização, principalmente na qualidade do serviço oferecido.

Guia Zika, Dengue e Chikungunya – Material que contém informações para auxiliar os beneficiários de planos de saúde a entender melhor as três epidemias de ocorrência crítica no Brasil em 2016: Zika, Dengue e Chikungunya. O Guia trouxe informações sobre como

identificar medidas de proteção contra essas doenças, sobre como agir diante de sintomas suspeitos e como utilizar o plano de saúde em caso de necessidade.

Cartilhas elaboradas em 2016 pela Federação Nacional de Saúde Suplementar como parte do projeto Planos e Seguros de Saúde: O Que Saber, que busca disseminar conhecimentos e esclarecer as características do setor em linguagem acessível, simples e de fácil compreensão, trazendo inclusive particularidades sobre cada tema.



Guia Zika, Dengue e Chikungunya



Fundamentos dos Planos e Seguros de Saúde: Mutualismo, Pacto Intergeracional, Risco Moral e Seleção Adversa



A Dimensão Social e Econômica do Setor de Saúde Suplementar

# Capitalização



O volume dos depósitos efetuados e mantidos por clientes, que são resgatados ao fim da vigência dos planos, atingiu R\$ 29,04 bilhões em 2016. Essas reservas correspondem às economias de 15,9 milhões de brasileiros e a negócios de 1,1 milhão de pessoas jurídicas nas modalidades Tradicional, Incentivo e Popular. As empresas do setor distribuíram R\$ 1,1 bilhão em prêmios de sorteios em 2016, uma expansão de 8,28% em relação ao ano de 2015. Os valores restituídos aos clientes sob a forma de resgates finais e antecipados,

no período, foram igualmente expressivos, alcançando R\$ 21 bilhões no ano passado.

## Educação em Seguros

Sob a ótica da sustentabilidade, o tema Educação em Seguros é extremamente relevante para o segmento de Capitalização, representado em sua totalidade pela FenaCap, que reúne as 17 empresas autorizadas a operar

As empresas do setor distribuíram R\$ 1,1 bilhão em prêmios de sorteios em 2016, uma expansão de 8,28% em relação ao ano de 2015.

no mercado. Trata-se de uma questão cada vez mais relevante para o bem-estar das famílias brasileiras, visto que abrange aspectos relacionados à proteção contra riscos à vida, ao patrimônio, e ao planejamento futuro, como uma ferramenta ímpar para preservação de conquistas.

## Diversificação de produtos

O balanço do segmento mostra que os clientes buscaram a capitalização para desenvolver a disciplina para juntar dinheiro e solucionar algumas questões objetivas e rotineiras de suas vidas, como alugar um imóvel, fidelizar clientes, reconhecer funcionários por seus desempenhos e incentivar a filantropia. Com a queda da inflação e dos juros, a expectativa do setor é de uma retomada do crescimento em 2017.

Em linha com a agenda social e econômica do País, o setor de Capitalização se reposicionou ao longo de 2016, por meio de uma estratégia fundada na oferta de produtos diversificados, capazes de orientar os consumidores sobre hábitos intimamente ligados ao tema Educação em Seguros, como a cultura de economizar de maneira programada e consumir de forma consciente.

Outro viés dos produtos do setor envolve soluções de negócios com sorteios, fundamentais em momentos de retração, como a modalidade Incentivo, desenvolvida sob medida para a realização de promoções comerciais e o desenvolvimento de ações de fidelização.

Com base no ajuste pontual dos três vértices que compõem as operações de Capitalização – acumulação, sorteios e taxa de carregamento – o setor passou a oferecer soluções para diversos perfis de consumidores pessoas física e jurídica, sem distinção de escolaridade, renda ou segmento econômico, por meio de uma atuação efetivamente alinhada com o conceito da sustentabilidade, com destaque para as dimensões econômica e social que a compõem.

## Transparência para crescer de maneira sustentável

O exercício da transparência no posicionamento das soluções de capitalização perante a sociedade também foi uma missão importante para a Federação e para suas associadas ao longo de 2016, reforçando a característica de instrumento de disciplina financeira da capitalização,

a existência de soluções de sorteios, que funcionam como motivadores para o acúmulo de reservas, e a amplitude de públicos que podem obter seus benefícios, acessíveis a vários perfis de consumidores.

Avaliando a sustentabilidade como um conceito de perenidade das atividades econômicas humanas em um horizonte de longo prazo, a Capitalização funciona como um dos pilares para a captação da poupança popular, incrementando o nível de poupança interna do País e, conseqüentemente, contribuindo para a ampliação da capacidade de investimento nacional.

Por possuir intrínseca relação com alguns dos principais pilares do conceito da sustentabilidade, como a disciplina financeira e o consumo consciente, as sociedades de Capitalização consolidam sua importância social e econômica no cenário brasileiro.

Ao longo de 2016, houve um esforço concentrado e uma agenda extensa de trabalho no âmbito da FenaCap com o objetivo de promover o crescimento do mercado de maneira sustentável, com base nas melhores práticas de governança, cujos pilares são a transparência e a determinação de conjugar os interesses empresariais aos da sociedade. Essa agenda tratou de temas estratégicos como: diversificação das ofertas de soluções para atendimento a vários perfis de clientes; inovação e criação de soluções para novas demandas, em novos canais de distribuição e novos meios de pagamento; consolidação da Educação Financeira e de

Seguros; comunicação e relacionamento com as partes interessadas de forma transparente; esforços no sentido de aprimorar a imagem do setor na sociedade; e promoção da inclusão social por meio da geração de empregos e da cessão de direito de resgate a instituições beneficentes na forma da regulamentação.

### Publicação em destaque

Guia produzido pela FenaCap em 2016, com forte relação com o tema Educação em Seguros no sentido de divulgar os principais aspectos dos Títulos de Capitalização, por meio de uma linguagem simples e de fácil compreensão pelos públicos de relacionamento do setor e da Federação.



Título de Capitalização  
O que você precisa saber



## PERFIL DA FORÇA DE TRABALHO

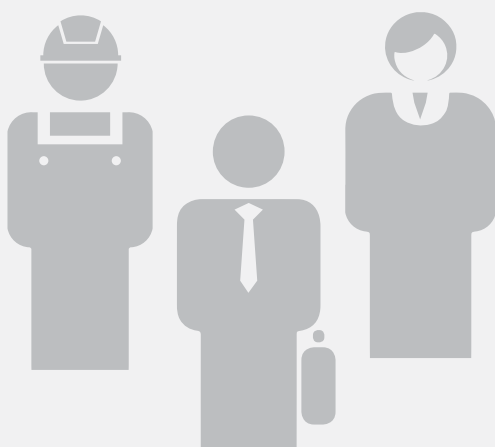
A seguir, estão resumidos os principais indicadores de Recursos Humanos das seguradoras participantes deste Relatório.

### Força de trabalho

O mercado de seguros é um importante gerador de empregos, oferecendo oportunidades para profissionais com diferentes formações e conhecimentos. O setor emprega diretamente 49.496 profissionais em todo o Brasil, além de terceirizar os serviços de mais 4.413 pessoas. É importante destacar que os segmentos de Seguros Gerais, Previdência Privada e Vida, Saúde Suplementar e Capitalização também são motores para o emprego indireto de outros setores da economia, como o de prestadores de saúde, oficinas mecânicas, assistência técnica, *call centers*, intermediários e muitos outros.



84%



**49.496**

profissionais em todo o Brasil

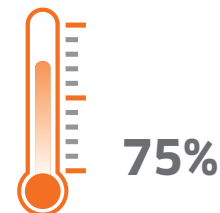
**4.413**

profissionais terceirizados



## Emprego

As empresas respondentes reportaram 4.957 admissões e 6.281 desligamentos no mesmo período. O *turnover* médio para o período que compreende este Relatório foi de 22%.

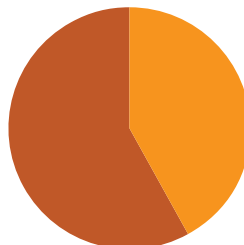


## As mulheres são maioria entre os profissionais do setor

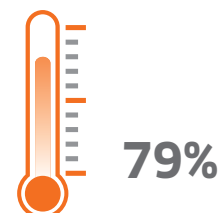
Distribuição  
por gênero

58%

Mulher



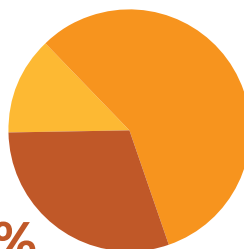
42%  
Homem



Faixa etária

13%

Acima de 50 anos

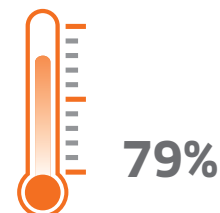


57%

31 a 50 anos

30%

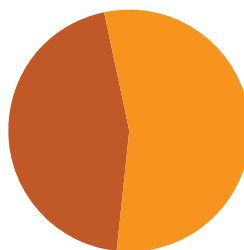
30 anos ou menos



## Perfil dos profissionais que atuam nas áreas de atendimento ao consumidor

SAC próprios x  
terceiros

**45%**  
Terceiros



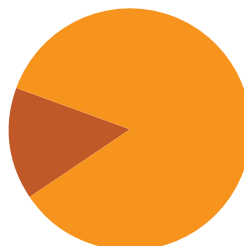
**55%**  
Próprios



**66%**

Ouvidoria  
próprios x terceiros

**15%**  
Terceiros



**85%**  
Próprios



**74%**

## Grupos Minoritários

As empresas consultadas contam com 7.583 colaboradores que se identificam com os seguintes Grupos Minoritários: Negros, Amarelos, Pardos, Indígenas e Pessoas com Deficiência (PcD).

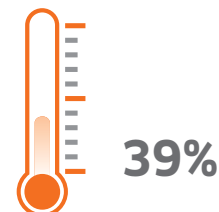


**60%**

## Diversidade e igualdade de oportunidades

As empresas participantes relataram a quantidade e o percentual de indivíduos que integram os órgãos de governança (comitês, comissões e conselhos) de suas organizações em categorias de diversidade como gênero, faixa etária e grupos minoritários.

Em termos de gênero, as empresas possuem composições diversas em seus conselhos de administração e demais órgãos de governança. Em geral, a participação de mulheres varia entre 5% e 40% nas estruturas de governança das empresas respondentes.



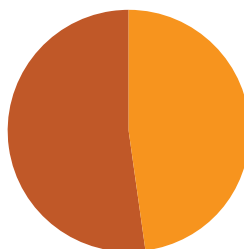
LA-12

Setorial

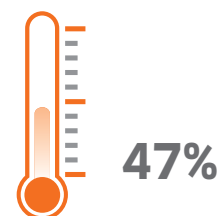
Em termos de faixa etária, a composição nos órgãos de governança é distribuída de maneira equilibrada entre as faixas etárias avaliadas, conforme gráfico abaixo:

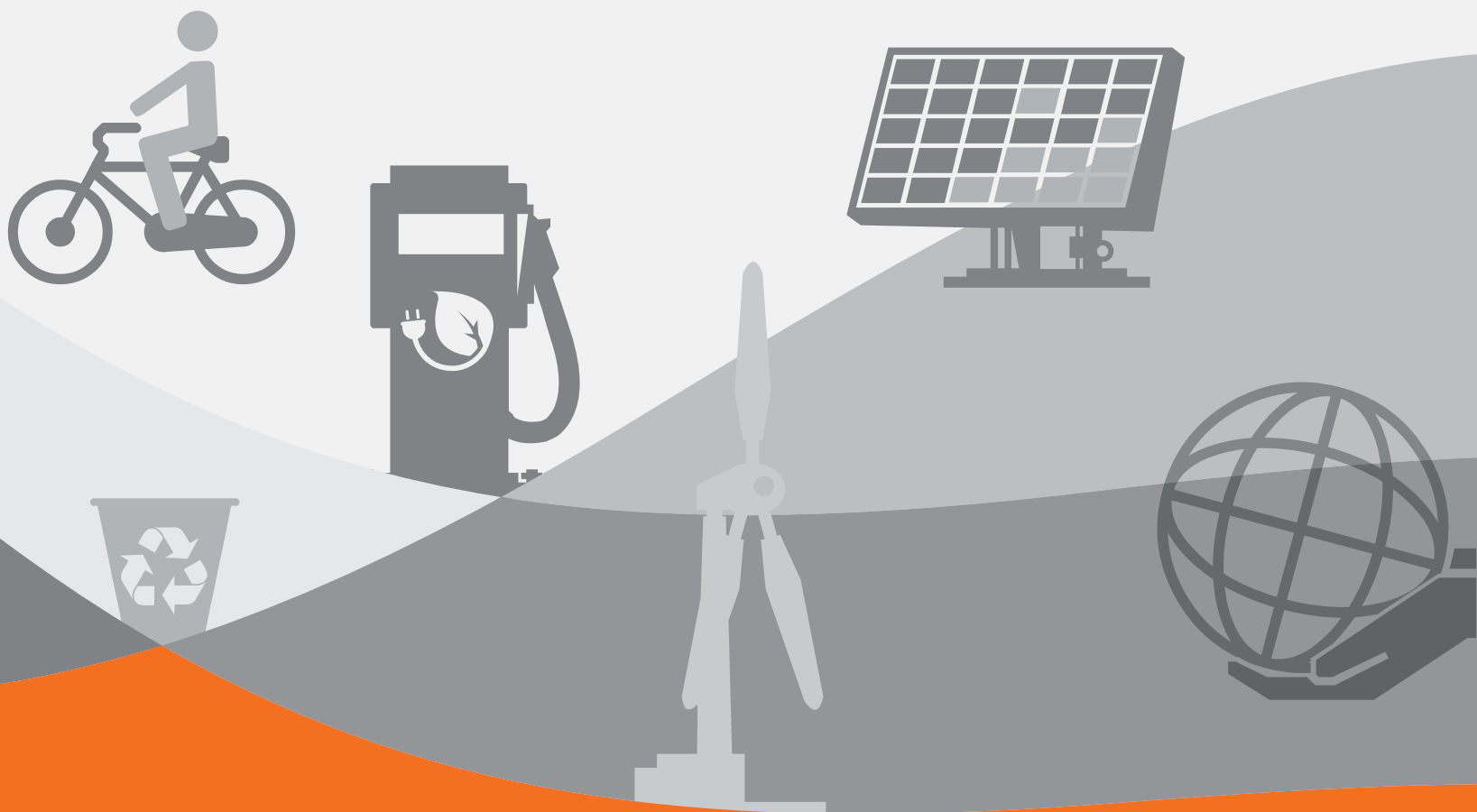
Representatividade por  
faixa etária nos órgãos  
de governança

**52%**  
mais de 50 anos



**48%**  
de 30 a 50 anos

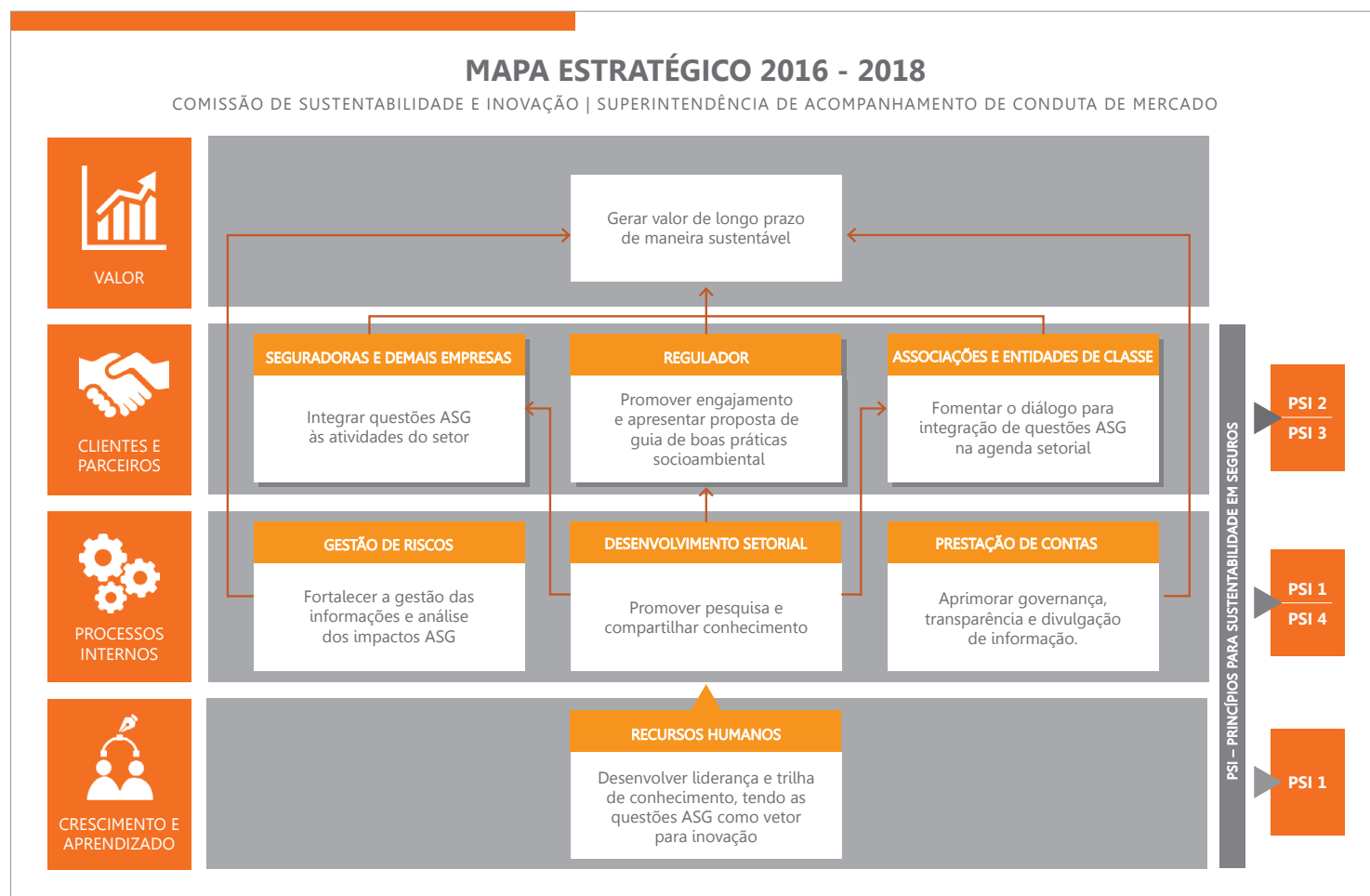




# Sustentabilidade no Setor de Seguros

## COMISSÃO DE SUSTENTABILIDADE E INOVAÇÃO - CSI

Constituída em 2012, ano de lançamento dos Princípios para Sustentabilidade em Seguros – PSI, a Comissão de Sustentabilidade e Inovação – CSI da CNseg é o principal fórum de discussões do mercado segurador sobre as questões Ambientais, Sociais e de Governança – ASG que possam apresentar riscos ou oportunidades para as operações do setor. As atividades da Comissão são orientadas a partir do [Mapa Estratégico 2016-2018](#).



## Alguns dos principais destaques de 2016 da CSI são:

### Ações relevantes no âmbito da Comissão de Sustentabilidade e Inovação

1

Foi aprovada pelo Conselho Diretor da CNseg a alteração do nome da Comissão de Sustentabilidade para Comissão de Sustentabilidade e Inovação, motivada pelas demandas de um novo cenário de constantes mudanças no qual as questões ASG, bem como o entendimento de riscos e oportunidades emergentes, devem ser considerados como elementos importantes para a inovação.

2

Para viabilizar a integração das questões ASG, a Comissão de Sustentabilidade e Inovação desenvolveu [um mapa e um planejamento estratégico](#) que apresentam as ações a serem desenvolvidas no ciclo 2016-2018. A construção desse trabalho foi realizada dentro da metodologia Balanced ScoreCard – BSC e, como resultado, temos um material robusto que propõe objetivos estratégicos e ações para endereçar os temas ASG mais relevantes para o setor.

3

A Susep aderiu aos Princípios para Sustentabilidade em Seguros – PSI em cerimônia realizada durante 27ª Assembleia da Associação de Supervisores de Seguros de América Latina – Assal. A adesão reflete o amadurecimento no mercado brasileiro e o engajamento promovido pelas empresas e pela CNseg.

4

Com a ajuda da Comissão de Sustentabilidade e Inovação, a Susep desenvolveu uma pesquisa eletrônica, com um total de 60 questões e foco no componente Ambiental. O questionário apura, por exemplo, se as seguradoras consideram os riscos ambientais no momento da subscrição, da gestão de investimentos e da elaboração de estratégias. Veja mais em Relacionamentos com o Regulador.

5

A Comissão de Sustentabilidade e Inovação reuniu-se para receber o líder da iniciativa PSI das Nações Unidas/UNEP FI, Butch Bacani, com o objetivo de compartilhar experiências e avanços na integração da sustentabilidade no mercado segurador brasileiro.

6

Representantes da CSI participaram das reuniões da Comissão Intrasetorial de Sustentabilidade e Meio Ambiente, secretariada pela Federação Brasileira de Bancos - Febraban, com a participação da Associação Brasileira das Entidades Fechadas de Previdência Complementar – ABRAPP, Associação Brasileira das Entidades dos Mercados Financeiro e de Capitais - ANBIMA e BM&BOVESPA.

7

A Comissão de Sustentabilidade e Inovação da CNseg contou com representante no *"Insuring for Sustainable Development: Making it happen"*, evento organizado pela iniciativa dos Princípios para Sustentabilidade em Seguros (PSI), vinculado à ONU, realizado em Munique, na Alemanha.

8

A CSI coordenou a integração de aspectos ASG na agenda dos eventos setoriais organizados pela CNseg na forma de painéis, pesquisas eletrônicas e divulgação de materiais.

9

Foi lançado o Relatório de Sustentabilidade do Setor de Seguros – 2015 em um encontro que reuniu 136 representantes do setor e contou com a participação do presidente da CNseg, Marcio Coriolano e do diretor-presidente da ANS, José Carlos de Souza Abrahão. Confira mais detalhes do evento aqui:



10

O Café com Seguro da Academia Nacional de Seguros e Previdência – ANSP, realizado no Sindicato das Seguradoras de São Paulo, teve como tema central "Sustentabilidade em Seguros" e foi coordenado pela Comissão de Sustentabilidade e Inovação para um público de 50 pessoas.

A CSI tem papel cada vez mais relevante no setor, visto que, hoje, mais do que nunca, sabe-se que os aspectos ASG influenciam a subscrição e causam impacto em diferentes níveis nas operações de seguro. Dessa forma, a gestão adequada dos aspectos ASG aprimora o resultado das companhias de seguros ao gerar valor de longo prazo via redução da sinistralidade e oferta de novos produtos. Nesse sentido, a CSI trabalhou ao longo de 2016 para fomentar discussões técnicas e estratégicas que contribuam para o desenvolvimento sustentável da indústria de seguros brasileira.

## 2017

Faz parte do Planejamento da CSI integrar a sustentabilidade na agenda das Comissões Técnicas das Federações filiadas à CNseg, com o objetivo de sensibilizar o corpo técnico das seguradoras a considerarem os aspectos ASG em suas atividades operacionais.

Representantes da CSI participarão das reuniões técnicas das Federações para construir em conjunto uma visão de futuro para o setor.

Com o objetivo de inserir as questões Ambientais, Sociais e de Governança na programação dos eventos promovidos pelo setor de seguros em 2016, a Comissão de Sustentabilidade e Inovação desenvolveu pesquisas eletrônicas que tangibilizam as questões materiais para a sustentabilidade do setor de seguros e exemplificam a interface com temas técnicos como Controles Internos, Compliance, Proteção do Consumidor, Educação em Seguros, Resseguro, entre outros.

O resultado das pesquisas foram compilados e divulgados em um Relatório, disponível no site da CNseg:



Resultados  
das Pesquisas  
Eletrônicas



## INOVAÇÃO EM SEGUROS

### Prêmio Antonio Carlos de Almeida Braga de Inovação em Seguros

O Prêmio Antonio Carlos de Almeida Braga é um reconhecimento conferido pela CNseg às soluções inovadoras desenvolvidas pelo mercado. Em 2016, foram 15 projeto finalistas em 3 categorias: Processos, Comunicação e Produtos e Serviços. Confira a seguir os projetos classificados e os vencedores em cada categoria:



Para conhecer mais detalhes dos projetos, acesse o Livreto com os Projetos Inscritos e seus respectivos resumos.



**Painting  
Experience**

AUTORA  
Fernanda  
Nepomuceno de  
Oliveira

EMPRESA  
IRB Brasil RE

**FINALISTA****O Arthur  
Vai Amar**

AUTORA  
Larissa Amado Osório  
de Almeida

EMPRESA  
Icatu Seguros

**2º LUGAR****Plano de  
Comunicação  
de Combate à  
Corrupção**

AUTORA  
Cassia Cristina Ferreira  
de Sousa Monteiro

EMPRESA  
SulAmérica Seguros  
e Previdência

**1º LUGAR****Somos Todos  
Ouvidores**

AUTORA  
Gisele Garuzi Oggioni  
de Araújo

EMPRESA  
Bradesco Seguros

**3º LUGAR****Vídeos  
Personalizados**

AUTORA  
Etienne da Costa  
Gonçalves

EMPRESA  
Liberty Seguros

**FINALISTA****Comunicação****Projeto Parto  
Adequado**

AUTORA  
Janaína Consolação  
Ferreira

EMPRESA  
SulAmérica Seguros  
e Previdência

**FINALISTA****A Solução que  
o Mercado  
de Turismo  
Aguardava**

AUTOR  
Waldir de  
Menezes Júnior

EMPRESA  
Ifaseg Corretora  
de Seguros

**2º LUGAR****Telemetria:  
Direção em  
Conta**

AUTOR  
José Luiz Pessoa  
de Mello

EMPRESA  
Liberty Seguros

**1º LUGAR****Protector Bikes:  
Tecnologia e  
Inovação em um  
Único Produto**

AUTOR  
Fernando Figueiró  
Cantreras

EMPRESA  
Argo Seguros Brasil

**3º LUGAR****BB Seguro  
Residencial  
na Internet**

AUTOR  
Ismael Tessari Grandi

EMPRESA  
BB Corretora de Seguros  
e Administradora  
de Bens

**FINALISTA****Produtos e Serviços**



## CARTAS, PRINCÍPIOS E OUTRAS INICIATIVAS ENDOSSADAS PELO MERCADO

O mercado de seguros desempenha um papel importante para a sustentabilidade das diversas atividades econômicas em todo o mundo, fortalecendo a resiliência financeira de agentes econômicos localmente e globalmente, por meio das redes de resseguro. Dessa forma, iniciativas globais e nacionais para temas ASG têm considerável adesão do mercado segurador.

Ao avançar na integração estratégica dos temas e aspectos ASG, o mercado brasileiro de seguros evolui em termos de resiliência e de antecipação aos desafios globais relacionados aos riscos emergentes – sejam Ambientais, Sociais e de Governança.

### Investimento Responsável

64% das seguradoras monitoram a implementação de acordos de investimentos responsáveis na gestão de ativos e 37% reportam essa evolução.

**64%**

monitoram os  
investimentos  
responsáveis



**37%**

reportam essa  
evolução



**77%**

## Carta, Princípio ou Outra Iniciativa ASG

Número de Empresas Aderentes



## Princípios para Sustentabilidade em Seguros – PSI

A CNseg é instituição apoiadora e fundadora dos Princípios para Sustentabilidade em Seguros, que foram lançados por ocasião da Rio+20, em 2012. Os princípios, descritos a seguir, são diretrizes concebidas pela UNEP-FI (ONU) para orientar o setor de seguros global a integrar os aspectos ASG em seu processo de tomada de decisão e suas relações com a cadeia de valor e com stakeholders estratégicos.

### Princípio 1

Incluiremos em nosso processo de **tomada de decisão** questões Ambientais, Sociais e de Governança que sejam relevantes para nossa atividade em seguros.

### Princípio 2

Trabalharemos em conjunto com nossos **clientes e parceiros comerciais** para aumento da conscientização sobre questões ambientais, sociais e de governança, gerenciamento de riscos e desenvolvimento de soluções.

### Princípio 3

Trabalharemos em conjunto com **governos, órgãos reguladores e outros públicos estratégicos** para promover ações amplas na sociedade sobre questões Ambientais, Sociais e de Governança.

### Princípio 4

Demonstraremos **responsabilidade e transparência** divulgando com regularidade, publicamente, nossos avanços na implementação dos Princípios.

## MATRIZ DE MATERIALIDADE

A Matriz de Materialidade do setor de Seguros apresenta os temas e aspectos ASG mais relevantes, que devem ser observados para uma gestão mais estratégica dos riscos e identificação das oportunidades. Esse documento, publicado em 2015 como resultado de um extenso processo de engajamento setorial, está disponível no link <https://goo.gl/CbRr8k> e é a base para a construção deste Relatório.

### Aspectos relevantes para as Federações

Abaixo encontram-se os temas específicos por segmento, conforme as Diretrizes de Integração das Questões Ambientais, Sociais e de Governança Corporativa à Indústria de Seguros, Saúde Suplementar, Previdência Privada e Capitalização.

Segmento	Aspecto	Impactos
<b>Seguros Gerais</b>	Questões ambientais	Podem impactar os sinistros pelo aumento de desastres naturais e mudanças nos padrões climáticos e pluviométricos de determinadas regiões
	Violência urbana	Os altos índices de roubos e furtos nas regiões metropolitanas brasileiras geram um grande impacto nas carteiras de Seguros Gerais
	Gestão de resíduos	Em função do risco de corresponsabilização das seguradoras pelos salvados, no contexto da Política Nacional de Resíduos Sólidos, a destinação adequada de resíduos de sinistros deve receber atenção
<b>Pessoas</b>	Questões demográficas	O aumento da longevidade da população impõe desafios à gestão de produtos de previdência complementar; e a inclusão financeira e a promoção do acesso ao seguro para as camadas de renda mais baixa da população trazem oportunidades relevantes para o setor
	Gestão de investimentos	A gestão de reservas é ponto de atenção, com a inclusão de aspectos ambientais, sociais e de governança corporativa em metodologias e processos de investimento.
<b>Saúde Suplementar</b>	Gestão de resíduos	O monitoramento dos procedimentos de descarte de resíduos hospitalares pelos prestadores é de grande importância para as empresas que atuam neste segmento
	Mudanças climáticas	A alteração dos padrões climáticos e pluviométricos pode influenciar na sinistralidade dos planos de saúde
	Saúde	A atenção à medicina preventiva e às práticas de saúde e segurança do trabalho pode reduzir a sinistralidade, gerar aumento da receita e fidelização de clientes
<b>Capitalização</b>	Educação financeira e em seguros	O esclarecimento à sociedade sobre os produtos de capitalização, sua finalidade e condições é de grande importância para o segmento

## **The Global Risks Report 2017**

Em sua 12ª edição, o Global Risks é uma publicação anual do Fórum Econômico Mundial (WEF, na sigla em inglês) que apresenta o panorama dos riscos de longo prazo perceptíveis para especialistas e lideranças mundiais. Neste ano, cerca de 750 especialistas avaliaram 30 riscos e 13 tendências, e chegaram às seguintes conclusões:

- As mudanças climáticas estão posicionadas ao lado da desigualdade de renda e da polarização social no topo das tendências para este ano. Todos os cinco riscos ambientais pesquisados neste ano foram percebidos como de alto risco e probabilidade, sendo os eventos climáticos extremos o risco global mais provável.
- Os principais motivadores de riscos podem ser detidos/revertidos por meio de sociedades mais inclusivas, sendo fundamental a cooperação internacional e o pensamento de longo prazo.
- A pesquisa deste ano contou com um módulo especial de tecnologias. Entre as 12 tecnologias emergentes pesquisadas, a Inteligência Artificial – IA e a robótica apresentam maior potencial de benefícios e, ao mesmo tempo, maior potencial para impactos negativos, exigindo maior governança. Como governar tecnologias de rápido desenvolvimento é uma questão complexa: regulando muito e rápido pode atrasar o progresso, mas a falta de governança pode exacerbar riscos. Um capítulo focando nos riscos associados à IA abre o debate sobre como se preparar para um possível desenvolvimento de máquinas com maior inteligência geral que os seres humanos.

### **O futuro do emprego na indústria de seguros**

A revolução digital é um tema que será cada vez mais relevante nos modelos de negócio de toda cadeia de valor do mercado segurador. O impacto dessa grande mudança sobre as atividades centrais da indústria de seguros, a subscrição de riscos e o pagamento de sinistros já é realidade ao redor do mundo. Uma seguradora japonesa (Fukoku Mutual Life Insurance) anunciou, a título de exemplo, que está usando soluções de Inteligência Artificial, especificamente da IBM (IBM Watson), para realizar funções de pagamentos de sinistros até então feitas por funcionários da empresa.

Para mais informações sobre riscos emergentes e tecnologias disruptivas, acesse a seção de relatórios do site do WEF:



*Visão Princípio PSI N° 1 – Integração ASG à Estratégia das Seguradoras*

 **G4-DMA** Práticas de Gestão

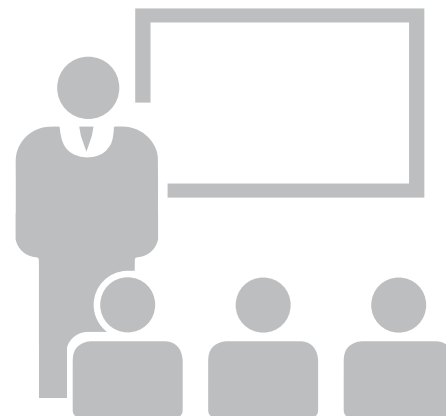
 **G4-LA9** **G4-LA10** **G4-HR2** Setoriais

## Treinamento e Educação

O conhecimento técnico e a atualização contínua dos colaboradores são premissas para a qualidade dos produtos e serviços ofertados por uma seguradora.

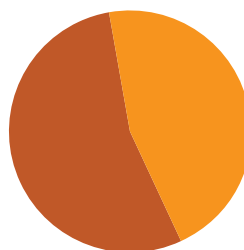
Além disso, treinamento e educação são aspectos essenciais para a disseminação e consolidação dos valores e práticas da organização, não apenas para seus colaboradores, mas também para suas partes interessadas. O investimento do setor nestes aspectos tem crescido nos últimos anos, e conta com treinamentos que abordam diferentes temas, inclusive questões ASG.

Dentro do escopo deste Relatório, a média de horas por ano de treinamento para colaboradores foi de 20 horas, com um equilíbrio entre as horas de treinamento oferecidas para homens e mulheres.



Empresas respondentes  
oferecem treinamentos  
e procedimentos  
específicos para a  
comunicação de  
negativa de cobertura

**54%**  
Não



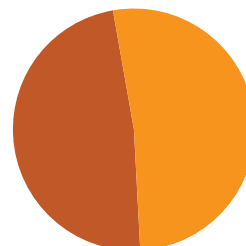
**46%**  
Sim



**60%**

Empresas afirmaram que seus analistas e gestores da instituição passaram por treinamentos relacionados a temas ASG

**48%**  
Não



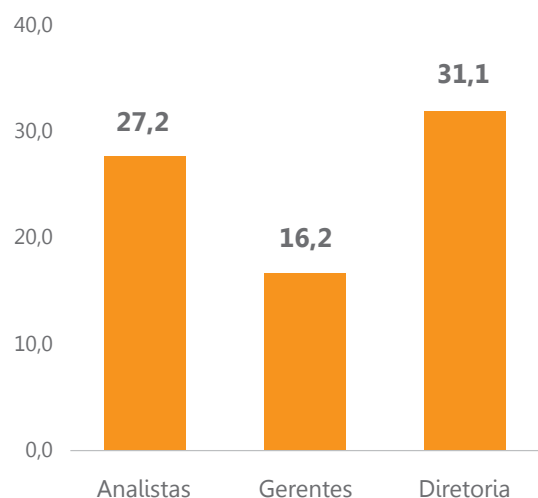
**52%**  
Sim



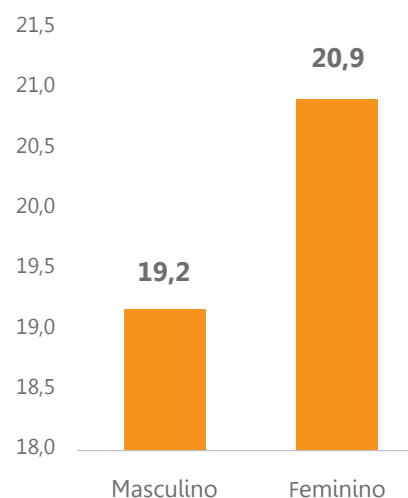
**79%**

Em 2015, apenas 27% incluíam os aspectos nos treinamentos

**Média de Horas de Treinamento**  
por categoria funcional



**Média de Horas de Treinamento**  
por gênero

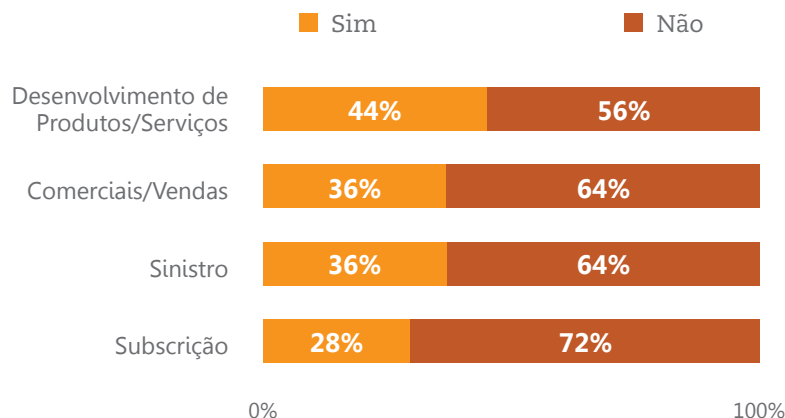


**73%**

### Inclusão de temas ASG nos treinamentos tradicionais de profissionais

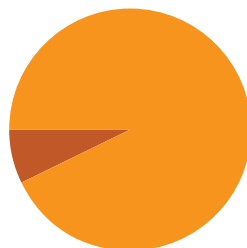


**69%**



### Empresas respondentes possuem uma política de ajuda educacional na formação e capacitação de seus colaboradores

**7%**  
Não



**93%**  
Sim



**79%**

As questões ASG têm ganhado espaço em treinamentos tradicionais. Trata-se de um movimento inicial que ocorre nas áreas de desenvolvimento de produtos e de sinistros, o que indica a importância estratégica da sustentabilidade para o desenvolvimento dos profissionais do setor.

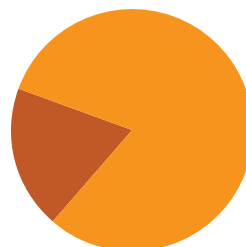
## Indicadores de Desenvolvimento Humano

A seguir, encontram-se indicadores de desenvolvimento do capital mais importante para toda seguradora: o capital humano na forma de colaboradores.

O setor oferece programas e políticas de incentivo, processos de seleção e promoção estruturados, programas de recrutamento interno, mapeamento de competências e monitoramento de desempenho.

Empresas respondentes possuem área específica responsável pelo desenvolvimento de carreira dos profissionais da companhia

**19%**  
Não



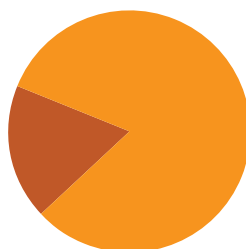
**81%**  
Sim



**81%**

Empresas respondentes afirmam possuir um programa de recrutamento interno

**18%**  
Não



**82%**  
Sim

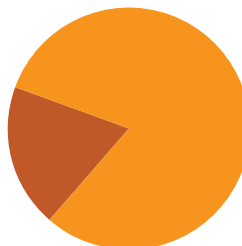


**70%**

O percentual de vagas preenchidas por meio do recrutamento interno é de 28%, enquanto o percentual de vagas preenchidas por meio do recrutamento externo é de 72%.

Empresas respondentes afirmam que foi realizado um mapeamento de competências para as diferentes áreas e funções da empresa

**19%**  
Não



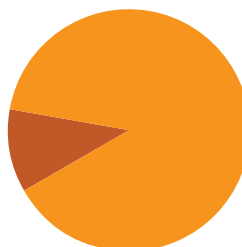
**81%**  
Sim



**79%**

Empresas respondentes possuem uma política de RH que contempla os processos de seleção e promoção dos empregados

**11%**  
Não



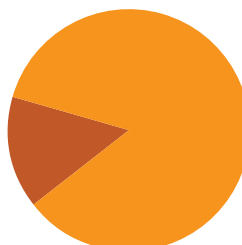
**89%**  
Sim



**79%**

Empresas respondentes afirmam que os resultados da pesquisa de satisfação dos colaboradores são considerados no levantamento de necessidades de treinamento dos colaboradores

**15%**  
Não



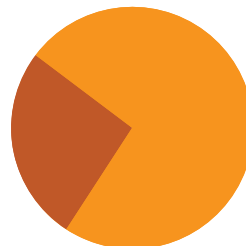
**85%**  
Sim



**77%**

Empresas respondentes afirmam que existem indicadores de monitoramento de desempenho para os profissionais em nível de gestão

**26%**  
Não



**74%**  
Sim

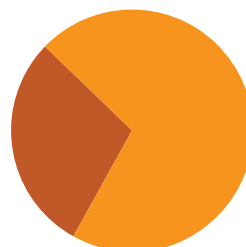


**80%**

Treinamentos com foco em liderança também são importantes, pois capacitam gestores a fim de torná-los líderes mais bem capacitados diante do ambiente com novos desafios a serem enfrentados para a sustentabilidade do negócio. As empresas do setor afirmam que possuem programas estruturados para identificação, desenvolvimento e monitoramento de lideranças dentro das companhias.

Empresas respondentes afirmam possuir critérios de identificação e monitoramento de potenciais sucessores

**29%**  
Não



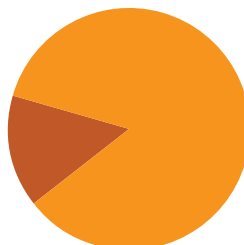
**71%**  
Sim



**80%**

Empresas respondentes  
possuem programa  
estruturado de formação  
de lideranças na  
companhia

**15%**  
Não



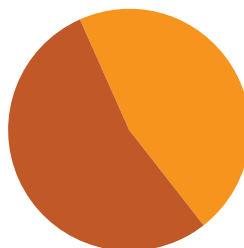
**85%**  
Sim



**75%**

Empresas respondentes  
afirmam que suas  
lideranças receberam  
treinamentos periódicos  
sobre temas ASG no  
último ano

**54%**  
Não



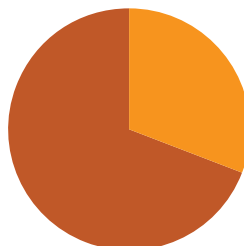
**46%**  
Sim



**79%**

Empresas respondentes  
afirmam que as metas  
de desempenho da  
alta liderança incluem  
questões ASG em  
percentuais relevantes

**69%**  
Não



**31%**  
Sim



**66%**

## Capacitação para Parceiros Comerciais

No setor de seguros, os corretores, distribuidores e demais parceiros de negócio são fundamentais para a comercialização dos produtos e serviços, mas também para a disseminação da cultura de seguros. Assim, a oferta de cursos e treinamentos para esses públicos é uma estratégia difundida no setor.



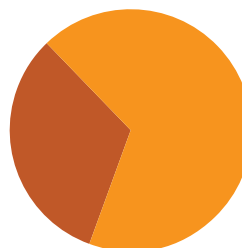
# 109.013

**corretores, pessoas  
jurídicas e físicas**

são autorizados a exercer a profissão no Brasil, segundo dados da Federação Nacional dos Corretores de Seguros Privados e de Resseguros, de Capitalização, de Previdência Privada, das Empresas Corretoras de Seguros e de Resseguros – FenaCor

**Empresas respondentes  
possuem programas  
estruturados de  
treinamento e formação  
de corretores/parceiros  
comerciais**

**32%**  
Não



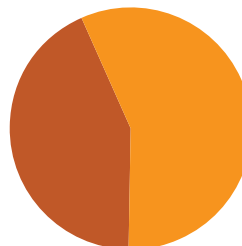
**68%**  
Sim



**79%**

**Empresas respondentes  
incluem temas ambientais,  
sociais e de governança  
corporativa nos  
treinamentos de corretores/  
parceiros comerciais**

**43%**  
Não



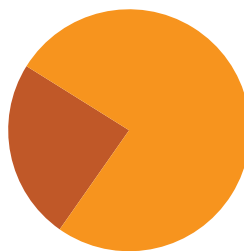
**57%**  
Sim



**79%**

Empresas respondentes afirmam que nos treinamentos realizados para corretores e parceiros são tratados temas relativos à adequação do perfil dos clientes aos produtos vendidos

**24%**  
Não



**76%**  
Sim

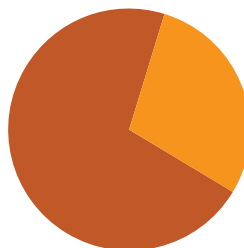


**65%**

Para gerar valor ao consumidor, o produto ou serviço precisa estar adequado ao seu perfil. Este é o conceito da suitability, tema caro ao setor de seguros por ser essencial para a imagem das companhias de seguros e reduzir possíveis contendas com os consumidores.

Empresas respondentes afirmam que seus corretores/parceiros são avaliados pelo seu índice de reclamações ou processos por falhas na comunicação com clientes

**71%**  
Não



**29%**  
Sim



**81%**

As empresas do setor que realizaram este tipo de engajamento por meio do treinamento de seus parceiros comerciais costumam fazê-lo pelo menos uma vez ao ano. Muitas seguradoras oferecem, inclusive, cursos por meio de plataformas a distância, a fim de aumentar a disseminação e alcance de seus treinamentos. Os números de corretores treinados variam de acordo com as características de produtos e linhas de negócios de cada seguradora. Entretanto, no total, mais de 2 mil parceiros participaram de programas de capacitação. Os temas de qualificação trabalhados foram:

- Lançamento e Reciclagem de Produtos
- Integridade nas Relações entre empresa e seus fornecedores
- Regulação e Informações técnicas do Produto
- Técnicas de Venda
- Sustentabilidade
- Governança Corporativa
- Lei Anticorrupção, Prevenção e Combate à Fraude e Lavagem de Dinheiro



FS1

FS2

FS3

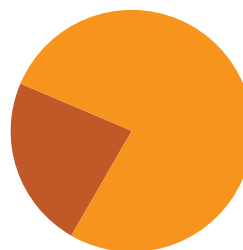
FS4

FS5

Setoriais

**Integração de questões  
Ambientais, Sociais e de  
Governança na estratégia**  
(% de empresas respondentes)

**23%**  
Não integram

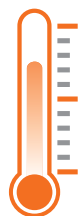


**77%**  
Integram

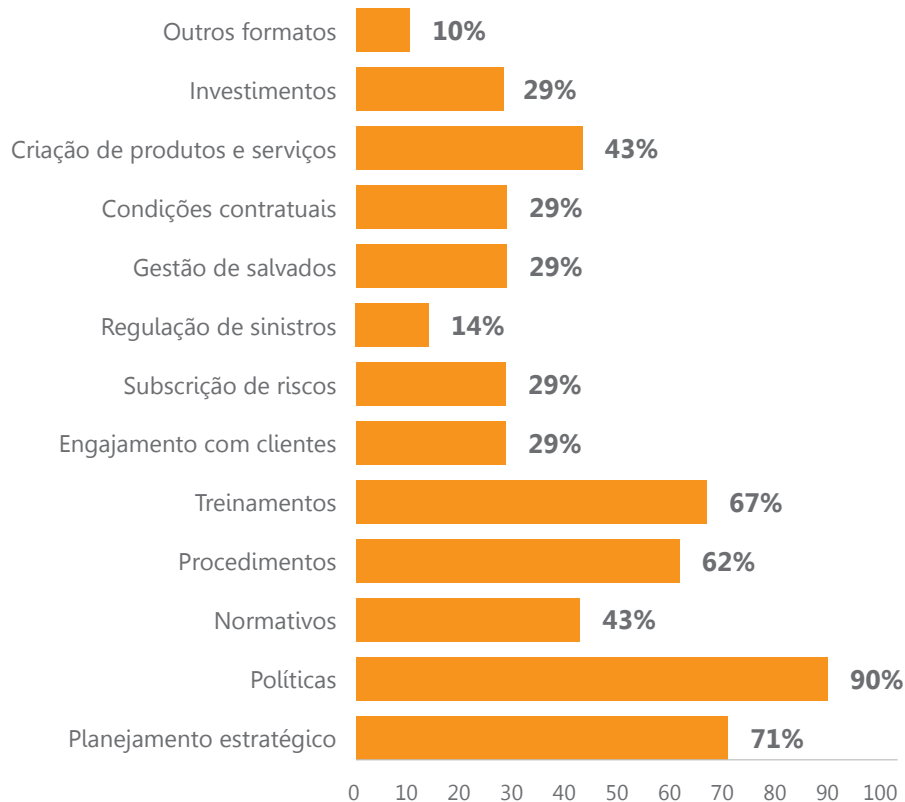


## Serviços Financeiros

De que forma a empresa integra as questões Ambientais, Sociais e de Governança em sua estratégia?



**76%**



De acordo com os Princípios para Sustentabilidade em Seguros – PSI, integrar os aspectos ASG relevantes para o negócio na estratégia das companhias é fundamental para garantir o desenvolvimento sustentável do setor.

Sobre as práticas ASG adotadas e seus resultados, as seguradoras participantes forneceram exemplos de como estão atuando nessa direção, conforme tabela abaixo:

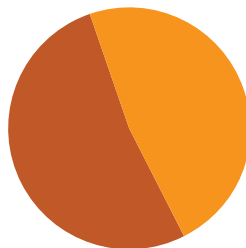
### Exemplos de práticas ASG adotadas pelo mercado segurador brasileiro

- Treinamentos e capacitações ASG para Subscritores de Riscos.
- Capacitações ASG para as equipes de Sinistros.
- Guias ASG, incluindo listas de áreas e países sensíveis sob a ótica ASG, visando a orientar o processo de aceitação.
- Inclusão de aspectos ASG na Missão, Visão e Valores das companhias.
- Treinamentos de Sustentabilidade em Seguros para colaboradores e demais partes interessadas.
- Engajamento com partes interessadas seguindo estratégias internas e também diretrizes normativas de referência, como as diretrizes da AA1000.
- Integração de aspectos ASG nas áreas de negócio e também em áreas como recursos humanos, auditoria, cadastro de fornecedores, dentre outras.
- Certificações Ambientais como a NBR ISO 14001 e a *Leadership In Energy And Environmental Design – LEED*.
- Práticas de coleta seletiva e de consumo racional de recursos como água e energia.
- Políticas corporativas de Comunicação e Sustentabilidade.
- Suporte institucional para campanhas, como o Dia Nacional de Combate ao Câncer, e iniciativas de apoio institucional a entidades.
- Ações de logística reversa de resíduos em produtos de seguros, especificamente na carteira de seguros de Garantia Estendida.
- Criação de órgãos de governança internos dedicados ao tema, como, por exemplo, Comissões e Comitês de Sustentabilidade dentro das estruturas de governança das empresas.

A importância da Sustentabilidade para as seguradoras participantes deste Relatório pode ser demonstrada pela inclusão de temas ASG específicos dentro de seus processos de gestão e de definição de metas, tanto de curto prazo, como também de médio e longo prazo. Ao incluir esse tema objetivamente nas metas de desempenho, a liderança e os tomadores de decisão passam a se comprometer com uma integração estratégica da sustentabilidade.

**Temas ASG específicos incorporados à gestão, incluindo metas de curto, médio e longo prazo**  
(% de empresas respondentes)

**52%**  
Não incorporam



**48%**  
Incorporam



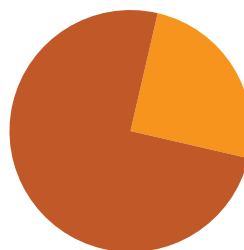
**76%**

A subscrição do risco é o “core” do negócio do setor e, neste processo, não levar em consideração os aspectos socioambientais e de governança pode levar a uma precificação de riscos ou aceitação míope, que não considere riscos emergentes que podem aumentar a sinistralidade ou expor a empresa a riscos reputacionais.

Assim, temas como as mudanças climáticas, resíduos sólidos, condições trabalhistas, dentre outros, passam a ser gradualmente formalizados em políticas de subscrição, contribuindo para tornar os processos de análise de riscos e de aceitação cada vez mais abrangentes e sistêmicos.

**Existência de Política  
Corporativa ASG de  
Subscrição de Riscos**  
(% de empresas  
respondentes)

**75%**  
Não possuem



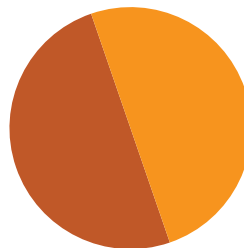
**25%**  
Possuem



**76%**

**Aprovação da Política  
Corporativa ASG de  
Subscrição de Riscos  
pela Alta Liderança**  
(% de empresas  
respondentes)

**50%**  
Não aprovada



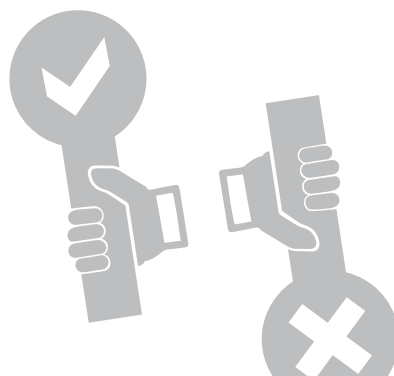
**50%**  
Aprovada



**35%**

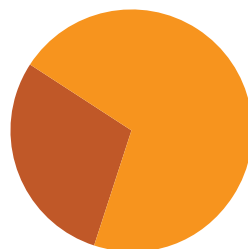
 **G4-34** **G4-56** **G4-57** **Setoriais**

## Governança, Ética e Integridade



Empresas contam com  
comitê, área ou uma  
comissão específica para  
tratamento das questões  
ASG/Sustentabilidade

**29%**  
Não



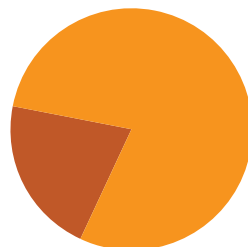
**71%**  
Sim



**81%**

Empresas reportam  
questões ASG/  
Sustentabilidade à Alta  
Liderança da companhia

**21%**  
Não

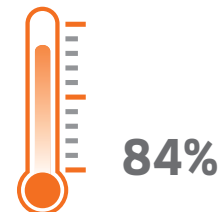


**79%**  
Sim



**81%**

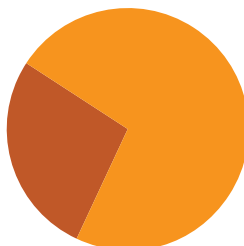
### Empresas contam com Código de Ética



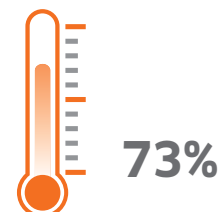
93% das indicaram que o documento deve ser assinado pela alta liderança e funcionários próprios.  
50% incluem funcionários terceirizados e 26% incluem parceiros de negócios. Em 2015, o percentual era de 96%.

### Empresas respondentes contam com comitês para questões de RH

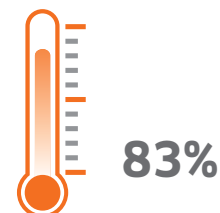
**27%**  
Não



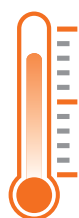
**73%**  
Sim



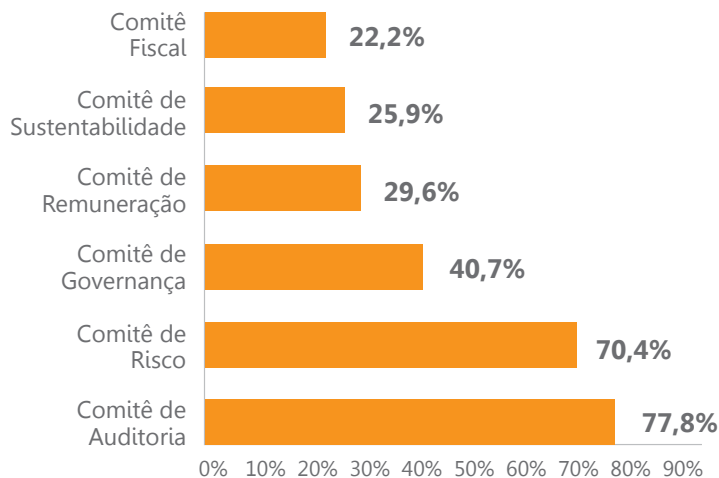
### Empresas possuem declaração de Missão, Visão e Valores



### Estrutura de Governanças das empresas consultadas



82%



Ouvidoria, campanhas internas sobre Ética e Integridade e canais internos de Comunicação são os mecanismos mais utilizados para orientações sobre comportamentos éticos e conformidade, bem como para comunicar preocupações em relação a comportamentos não éticos nas empresas consultadas. A fraude na relação entre segurado e seguradora é gravada medida em que compromete a relação de confiança inerente a de um contrato de seguro. Por isso, o compromisso ético é fundamental para o setor.



84%

#### S04 Setorial

### Combate à Corrupção, à Lavagem de Dinheiro e Práticas de Gestão sobre os temas

No que tange ao universo de práticas de combate à corrupção, 100% das empresas participantes relataram adotar medidas anti-corrupção para gerenciar o tema por meio de políticas, normas e processos estruturados. Além de atua-



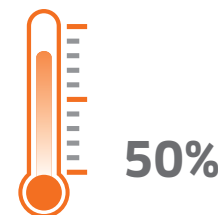
ções internas, as companhias também relatam a participação em iniciativas setoriais ou temáticas, como o Pacto de Integridade do Instituto Ethos, a adoção de medidas envolvendo treinamentos e palestras para seus colaboradores sobre o tema, a atuação sólida de seus sistemas de prevenção e de combate à lavagem de dinheiro e a fraudes, atuação de sistemas de compliance, participação direta da Alta Administração na conscientização e na gestão dos riscos envolvendo o tema, processos de auditoria dedicada para combater práticas indevidas, disponibilização de canais de denúncia e das ouvidorias corporativas, treinamentos e *workshops* para partes interessadas incluindo corretores, clientes, parceiros técnicos, entre outros.

Estes relatos demonstram a existência de processos estruturados de capacitação e treinamento para empregados próprios, e também terceiro, com relação às práticas adotadas e temas envolvendo estratégias de combate à corrupção. Entre as estratégias que o setor vem adotando, podem ser destacadas as que estão descritas na tabela a seguir:

#### **Práticas estruturadas de treinamento visando a aprimorar as estratégias de combate à corrupção**

- Treinamentos presenciais para colaboradores e fornecedores.
- Treinamentos *on-line* para colaboradores e fornecedores.
- Ações de Comunicação Interna.
- Divulgação e treinamento sobre Programas de Integridade.
- *Workshops* sobre a Lei "Anticorrupção" – Lei nº 12.846/13.
- Abordagens transversais sobre o tema: áreas de negócio, áreas operacionais, compliance, jurídico, recursos humanos, dentre outras.
- Cursos estruturados sobre Combate à Lavagem de Dinheiro e Fraudes.
- Integração do tema dentro dos Manuais de Conduta de Colaboradores e de Fornecedores.
- Informativos online para Corretores de Seguros e outras partes interessadas.

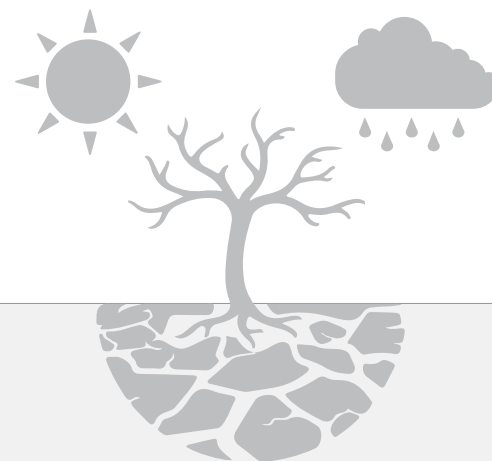
Em termos de horas de treinamentos sobre o tema, as seguradoras relataram investir 17 mil horas para treinar seus próprios colaboradores e para treinar terceiros. Entre as práticas de treinamento internas sobre o tema, 60% das companhias relataram que atuam diretamente com os membros da Alta Liderança, submetendo-os a treinamentos dedicados ao assunto.



Especificamente sobre o tema Combate à Lavagem de Dinheiro, as empresas relataram suas diversas práticas de gestão nesse sentido, conforme apresentado na tabela abaixo:

### Práticas estruturadas de Combate à Lavagem de Dinheiro

- Conformidade em relação, por exemplo, à Circular Susep nº 445/2012 – Controles Internos para prevenir e combater a lavagem de dinheiro e outras práticas ilícitas.
- Compliance legal envolvendo o universo de leis e normas que tratam do tema.
- Treinamentos *on-line* e presenciais para colaboradores e demais partes interessadas, como fornecedores.
- Políticas Corporativas de Prevenção à Lavagem de Dinheiro e de Combate a Atos Ilícitos.
- Guias e manuais orientadores.
- Canais de Denúncia.
- Comitês executivos dedicados ao tema e à adoção de práticas de combate à lavagem de dinheiro
- Políticas de Compliance e Estruturas de Controles Internos.
- Programas de Auditoria sobre o tema.
- Pesquisas sobre o tema integradas aos processos e aos negócios.
- Integração em processos como “Conheça seu Fornecedor” e “Conheça seu Cliente”.
- Sistemas de monitoramento e acompanhamento.



G4

EC2

Setorial

## Mudanças Climáticas

### Riscos

Enchentes, secas, epidemias, descartes (resíduos sólidos) e vendavais são alguns dos eventos relacionados às mudanças climáticas mais citados pelas seguradoras consultadas para este Relatório. O aumento da frequência e severidade desses eventos tem potencial para impactar as carteiras das empresas do setor (principalmente porque podem ocorrer concentrados em uma região geográfica e podem resultar em sinistros para diferentes ramos), comprometendo ativos financeiros essenciais para a solvência das empresas securitárias.

### Oportunidades

Mudanças dos padrões do clima também ensejam oportunidades de negócios para as empresas consubstanciadas em novos produtos, serviços e assistências. É o caso dos seguros climáticos paramétricos, feitos sob a medida para protegerem segurados de índices climáticos prejudiciais às suas atividades econômicas.

As seguradoras consultadas utilizam principalmente eventos e treinamentos para interações com os clientes em temas relacionados às mudanças climáticas.



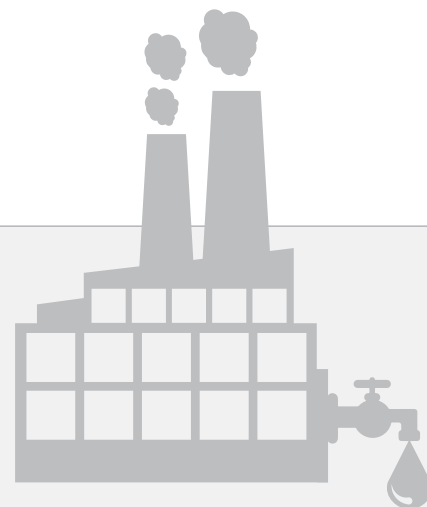
29%



G4

EN23

Setorial e CNseg



### Resíduos em Operações Administrativas

Nas operações administrativas, as seguradoras relataram reciclar 757 toneladas de resíduos. Acrescentam-se a esta quantia 14 toneladas tratadas por compostagem e 847 toneladas destinadas a aterros sanitários.

### Resíduos na Cadeia de Valor

Um carro conta com componentes que, após a ocorrência de um sinistro, precisam ser descartados corretamente ou passar por reciclagem. As seguradoras pesquisadas para este Relatório informaram o gerenciamento apropriado de 4.128 toneladas de sucata automotiva.



63%



3,28

toneladas de lonas utilizadas em eventos coordenados pela CNseg reaproveitados para a confecção de brindes corporativos



757

toneladas de resíduos são reciclados nas operações administrativas



4.128

toneladas de sucata automotiva tiveram o gerenciamento apropriado

 **G4-PR4** Setorial

 **PS1**

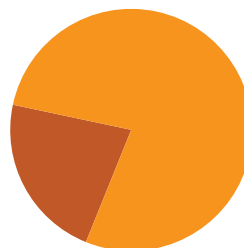
## VENDAS E MARKETING

### Conformidade



Monitoram reclamações de consumidores por divergências na comunicação das condições dos produtos ou nos termos de apólices e contratos

**22%**  
Não



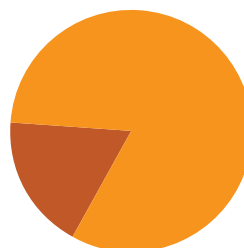
**78%**  
Sim



**78%**

Identificaram casos de descumprimento da regulação/legislação em 2016

**18%**  
Não



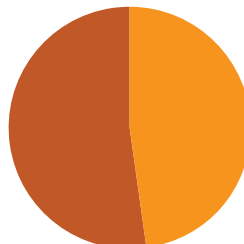
**82%**  
Sim



**78%**

Monitoram reclamações e processos de venda casada com outros produtos junto aos clientes

**52%**  
Não



**48%**  
Sim



**59%**

 **G4-PR4** Setorial

Em 2016, as empresas do setor registraram 512 multas significativas (transitadas em julgado) por não conformidade com leis e regulamentos relativos ao fornecimento e uso de produtos e serviços, totalizando sanções monetárias na quantia de R\$ 6.173.282,00.



**51%**

 **PS1**

## PRODUTOS E SERVIÇOS

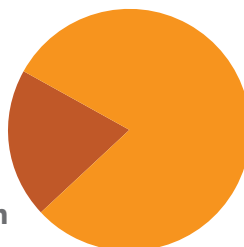
### Produtos e Serviços e Relacionamento com Clientes

Entre as seguradoras participantes deste Relatório, a opinião de clientes foi utilizada ou considerada em suas ações de desenvolvimento de novos produtos e serviços de seguro de forma relevante e rotineira. Importante destacar que produtos e serviços de seguros estão sujeitos à regulação e à legislação em vigor.



Consideração da  
opinião de clientes no  
desenvolvimento de novos  
produtos e serviços

**20%**  
não adotaram



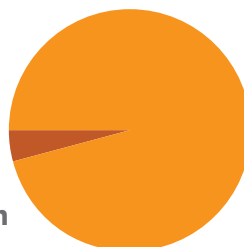
**80%**  
adotaram



**75%**

Aplicação de checklists  
regulatórios no processo  
de desenvolvimento de  
produtos e serviços

**4%**  
não adotaram



**96%**  
adotaram

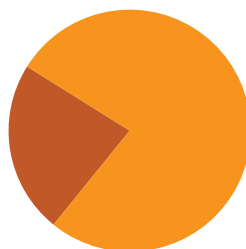


**77%**

Ferramentas internas para a garantia de alinhamento com tais normativos são fundamentais para a manutenção do nível de conformidade de produtos e serviços com normas legais, e as empresas participantes deste Relatório indicaram que possuem *checklists* regulatórios para apoiar os processos de desenvolvimento de produtos e serviços de seguro. Além das questões regulatórias, as empresas também complementam suas ações de desenvolvimento de produtos e serviços considerando aspectos Ambientais, Sociais e de Governança – por exemplo, temas como respeito ao consumidor, clareza em termos e condições contratuais.

Inclusão de questões ASG  
relevantes às suas práticas  
de negócio na concepção  
e desenvolvimento  
de produtos

**23%**  
não adotaram



**77%**  
Seguradoras  
que adotaram  
essas práticas

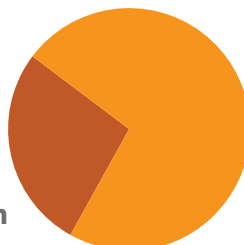


**77%**

Do universo de seguradoras participantes, a maioria declarou possuir ações para integração de temas ASG relevantes para a concepção e o desenvolvimento de produtos de seguro. Os principais exemplos são: orientações de uso consciente de produtos e serviços de seguros, detalhamento dos serviços oferecidos e informações sobre reajustes praticados, alteração de rede referenciada, coberturas e/ou exclusões.

Desenvolvimento de  
programas estruturados  
de adequação da  
linguagem de apólices  
e contratos

**27%**  
não adotaram



**73%**  
Seguradoras  
que adotaram  
essas práticas

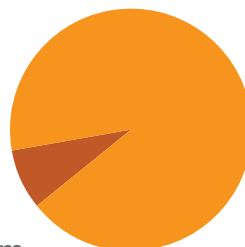


**71%**

Um grupo relevante do universo de empresas participantes relatou possuir programas estruturados de adequação da linguagem de suas apólices e contratos de seguros comercializados, que seguem essencialmente as determinações da Susep. Muitas ações nesse sentido são apoiadas por guias explicativos dos termos e das definições previstas nos contratos de seguros, usados nas apólices, ações de *marketing* e de mídias sociais que buscam trazer linguagens simples para o melhor entendimento possível pelos clientes, inclusive com projetos inovadores.

**Monitoramento e revisão periódica dos termos e linguagem utilizados nas comunicações e documentos enviados a distribuidores e clientes**

**8%**  
não adotaram



**92%**  
adotaram



**73%**

Outro destaque envolve as ações das seguradoras participantes deste Relatório no monitoramento e na revisão periódica dos termos e linguagem utilizados nas comunicações e documentos enviados a distribuidores e clientes como, por exemplo, políticas de aprovação e de revisão de documentos por meio de comitês específicos internos das empresas.

## Produtos e Serviços

No que envolve ações, procedimentos e políticas para o correto desenvolvimento e venda de produtos e serviços, as seguradoras relataram possuir estratégias de comunicação interna e externa com o objetivo de dar transparência a essas iniciativas, conforme se pode notar a partir do gráfico a seguir:

## Comunicação de práticas para o correto desenvolvimento e venda de produtos e serviços de seguros, capitalização e previdência

(% de empresas repondentes)



56%

Mecanismos externos para comunicação dessas práticas

82

Mecanismos internos para comunicação dessas práticas

100

0 20 40 60 80 100

### Exemplos de Mecanismos Internos e Externos de divulgação de práticas para o correto desenvolvimento e venda de produtos e serviços de seguros, capitalização e previdência

- Normativos internos de Governança que guiam os processos de avaliação e análise de viabilidade de propostas para criação, alteração ou descontinuidade de produtos.
- Divulgação dos normativos por meio de canais como Intranet e Portais Eletrônicos.
- Treinamentos presenciais e online.
- Manuais de Criação de Novos produtos divulgados eletronicamente.
- Inserção das práticas também nos Códigos de Conduta e Ética das empresas.
- Canais de comunicação com clientes, como Serviços de Atendimento ao Consumidor, Portais Eletrônicos, Canais telefônicos dedicados, *Mailings* e Publicações impressas.

## Produtos de Seguro – Social

O impacto social positivo é intrínseco à atividade do setor de seguros, uma vez que, ao indenizar, a empresa seguradora cumpre a função social de minimizar e reparar perdas. No entanto, alguns produtos possuem características particulares que maximizam essa função social, por oferecer coberturas particulares, canais de distribuição mais inclusivos e/ou condições diferenciadas de pagamento, que permitem o acesso mais amplo a produtos e serviços de seguros.

### Produtos de Seguro com diferenciais e adicionalidades sob a ótica de aspectos Sociais

- Seguro Inclusivo – “Minha Família” foi o primeiro seguro brasileiro desenvolvido para atender a famílias de microempreendedores que não possuem fácil acesso às linhas de crédito e seguros, alinhado às diretrizes da Resolução nº 244, de 2011, do Conselho Nacional de Seguros Privados, que regulamentou o microsseguro e os seguros populares. Com custo em torno de R\$ 10,00 mensais, o segurado tem acesso a um pacote de benefícios que inclui seguro de vida (por morte natural ou acidental), auxílio alimentação por um ano (cesta básica), auxílio funeral e, ainda, a opção de sorteios de prêmios em dinheiro mensalmente.
- Produto Dotal para Crianças - Um seguro de proteção para crianças de 0 a 13 anos, que oferece como principal inovação a cobertura de sobrevivência, em que um adulto, com idade entre 21 e 65 anos, é responsável pelo pagamento dos prêmios do seguro. Mesmo crianças portadoras de doenças e deficiências podem ser protegidas pela cobertura. Outro destaque associado a este produto é que um percentual dos prêmios arrecadados com a venda é revertido em doações.
- Seguro automóvel 6 meses – Um produto oferecido por uma cobertura com duração reduzida, tornando o investimento mais acessível ao cliente.
- Seguro Palmas Vida Funeral – Um seguro de vida voltado à população de baixa renda que ampara a família com a prestação dos serviços funerários. São ofertados 3 planos de coberturas: morte, cesta básica, decessos e aquisição de jazigo.

### Produtos de Seguro com diferenciais e adicionalidades sob a ótica de Aspectos Sociais (Continuação)

- Seguro Prestamista Rural – seguro para o ramo de agronegócios com cobertura de morte natural, atrelado aos créditos rurais, e vinculado aos negócios provenientes de canais alternativos, como, por exemplo, cooperativas e revendas de insumos.
- Microseguro Proteção Pessoal – seguro com condições acessíveis, com vantagens e benefícios tais como cobertura para morte acidental, garantia de reembolso para o funeral do segurado, além de cobertura especial, como “pagar por dia de hospitalização por acidente”, com o pagamento feito diretamente ao segurado.
- Pró-trabalho – produto de seguro destinado ao segmento de convenção coletiva, com coberturas diferenciadas e exclusivas, visa a atender uma população de baixo poder aquisitivo.
- Seguro Educacional – seguro destinado à proteção do aluno enquanto estiver sob responsabilidade da escola e coberturas destinadas ao responsável financeiro do aluno.
- Agroamigo – seguro popular, voltado a microempreendedores dos setores informal ou formal da economia nas áreas rurais.

## Produtos de Seguro – Ambiental

Os produtos e serviços de seguros também podem conter características que agregam benefícios para, por exemplo, mitigar o impacto ambiental de sinistros e da destinação de salvados, bem como promover a conscientização sobre o uso eficiente de recursos naturais, como os exemplos da tabela a seguir:

### Exemplos de produtos e serviços de seguros com adicionalidades ambientais

- Seguros Residenciais com Serviços Ambientais associados, com destaque para as orientações envolvendo o descarte sustentável de resíduos, além de dicas que conscientizam os consumidores sobre práticas de uso racional de recursos como água e energia elétrica. Em alguns casos, as companhias respondentes relatam produtos bem sofisticados, que utilizam empresas especializadas para a prestação de serviços de destinação de resíduos, incluindo eletrodomésticos, eletroeletrônicos e móveis, por exemplo. Algumas seguradoras relatam indicadores quantitativos envolvendo tais produtos e serviços e uma delas, por exemplo, relatou que um total de 1284 itens (eletrodomésticos, eletroeletrônicos e móveis) foram atendidos por essa assistência ambiental vinculada a um produto de seguro específico.
- Seguros de Transporte com Coberturas de Riscos para Eventos de Poluição Ambiental em casos de acidentes com riscos cobertos pelas condições contratuais das apólices.
- Seguros de Garantia Estendida com logística reversa associada, em especial para eletroeletrônicos com defeitos funcionais. Exemplos de seguradoras que atuam com esse tipo de produto e serviço indicam resultados positivos sob a ótica do benefício ambiental atingido, como em um dos casos em que mais de 35 toneladas de eletroeletrônicos foram destinadas de forma ambientalmente correta ao longo do ano de 2016.

## Seguros de Riscos Ambientais

Eventos de poluição ambiental súbita e gradual representam riscos financeiros relevantes para empresas que operam em setores econômicos cujas atividades podem ser consideradas de alto potencial poluidor, como indústrias químicas, petroquímicas, transporte de produtos perigosos, indústrias metalúrgicas, atividades hospitalares, entre outras. Para apoiar o processo de gerenciamento destes riscos de poluição ambiental, muitas seguradoras do mercado brasileiro oferecem apólices específicas, dentro de um ramo de seguros denominado Seguro de Riscos Ambientais. Este produto também é considerado uma ferramenta complementar de gerenciamento de riscos ambientais para as empresas

seguradas, visto que os processos de subscrição e de inspeção de riscos são executados muitas vezes por profissionais especializados na área ambiental, agregando às empresas conhecimentos complementares sob a ótica da gestão de riscos ambientais.

Os potenciais custos e despesas de limpeza e os potenciais danos a recursos naturais, por exemplo, podem encontrar, em tese, amparo em coberturas de risco dedicadas, no âmbito deste tipo de apólice, já que esta modalidade de seguro se propõe a entregar proteção sem fixar limitações entre os eventos de característica súbita e acidental, e aqueles de característica gradual. Os potenciais danos físicos e materiais sobre a vida e as propriedades de terceiros também são opções de coberturas disponíveis para amparar as potenciais consequências danosas da poluição ambiental sobre a sociedade. Remoção de resíduos, mitigação de consequências da poluição atmosférica e investimentos para realização do monitoramento ambiental das áreas afetadas seriam exemplos de resposta adequada de um produto de seguro focado em tais cenários.



Fonte: Superintendência de Seguros Privados – Susep - SES - Sistema de Estatísticas da Susep.



## Iniciativas, projetos e/ou produtos envolvendo o tema inovação em produtos e serviços de seguros

% de Seguradoras que atuam com essas iniciativas



**40%**

Possuem iniciativas envolvendo, por exemplo, "Reciclagem" de veículos



**23%**

Possuem aplicativos de Orientação sobre Práticas Saudáveis para Clientes



**16%**

Oferecem produtos de seguro que usam recursos como a Telemetria



**6%**

Possuem aplicativos que permitem ao Segurado a análise de seus riscos



**3%**

Comercializam produtos de Seguros que usam Índices (Seguros de Índices)

As empresas participantes demonstram grande atuação dentro do tema inovação, com iniciativas diversas ao longo de 2016. Essas inovações abordaram os mais diversos temas ASG, buscando criar soluções de seguros focadas nas necessidades dos mais diversos tipos de clientes. A seguir, estão apresentadas algumas dessas inovações relatadas pelas empresas participantes deste Relatório:

### Iniciativas, projetos e/ou produtos inovadores em produtos e serviços de seguros

- Produtos de seguro para pequenas e médias empresas, com soluções específicas para determinados setores, como Escolas, com destaque para coberturas de risco para bicicletas de alunos guardadas nas dependências das escolas, e também para serviços de assessoria jurídica customizados para os segurados.
- Seguros de Vida focados para a população jovem, permitindo que o seguro já faça parte do planejamento de vida e financeiro dessas pessoas desde cedo.
- Projetos de inserção de clientes nas rotinas de desenvolvimento de produtos e serviços de seguro, com o objetivo de melhorar a experiência na utilização dos produtos e serviços.
- Soluções digitais de ensino e de treinamento para apoio à formação de Corretores de Seguros, além de plataformas que consolidam as informações necessárias para acompanhar suas carteiras de clientes e suas comissões de corretagem.
- Apoio institucional para iniciativas de Compartilhamento de Veículos ("Car Sharing"), fomentando a esse novo modelo de negócio.
- Solução tecnológica para a análise de sinistros em produtos massificados, o que permite realizar a regulação dos sinistros com orçamentos sobre os prejuízos *in loco*, por meio de tablets, tanto para sinistros envolvendo produtos eletrônicos e eletrodomésticos, como também para sinistros patrimoniais.
- Criação de empresas aceleradoras de startups com foco em soluções inovadoras para seguros, com serviços que incluem apoio técnico e mentoria de profissionais experientes para apoiar o crescimento sustentável das empresas participantes.



PS1

## GESTÃO DE INVESTIMENTOS

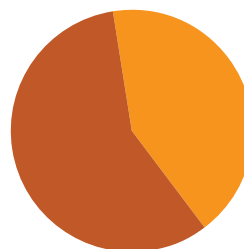
### Investimentos/ASG

Pela característica de sua operação, o mercado segurador é um importante investidor institucional. Ao formar

provisões para arcar com compromissos futuros, o setor tem à sua disposição uma grande quantidade de recursos a serem investidos no mercado de capitais. Sob a ótica da sustentabilidade, a definição da estratégia de investimento também deve incluir os riscos ASG como variáveis que podem impactar no desempenho dos investimentos e, eventualmente, comprometer os compromissos futuros.

**Existência de Política Corporativa de Riscos ASG para Investimentos**  
% de empresas respondentes

**58%**  
Não



**42%**  
Sim



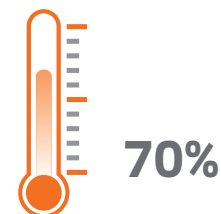
**79%**

Quando se fala em estratégias de investimento responsável, uma das principais referências globais é a iniciativa dos Princípios para o Investimento Responsável – PRI, que são uma estrutura para o mercado de investimento institucional, que pode se estender também às empresas do mercado de seguros. Os PRI e os Princípios para Sustentabilidade em Seguros – PSI (leia mais na página 77) se assemelham, por exemplo, por sua

característica fundamental de estimular a análise de riscos e de oportunidades associadas às questões ASG, seja no mercado de investimento institucional, seja no mercado de seguros.

**63%** das seguradoras participantes deste relatório afirmaram utilizar diversas metodologias para a análise de investimentos com relação aos critérios ASG.

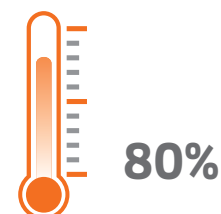
Tais metodologias informadas pelas companhias vão desde listas restritivas de atividades com maior potencial de impacto socioambiental negativo até metodologias próprias que integram as questões ASG nos modelos tradicionais de análise de investimento. Veja na tabela alguns exemplos de critérios socioambientais e ferramentas utilizados em estratégias de investimentos das seguradoras participantes deste Relatório:



### Exemplos de critérios socioambientais e ferramentas (listas) utilizados nas estratégias de investimento das seguradoras participantes

- Listas de atividades de alto potencial de risco socioambiental, como mineração e hidrelétricas, com análises setoriais específicas sob a ótica ASG.
- Licenciamento Ambiental.
- Riscos envolvendo o tema Corrupção.
- Práticas de Governança Corporativa.
- Riscos envolvendo situações de trabalho em condições análogas à escravidão.
- Riscos envolvendo situações de Trabalho Infantil.
- Práticas Trabalhistas.
- Áreas Contaminadas e Áreas Embargadas.
- Gestão de Recursos Hídricos e de Resíduos Sólidos.
- Emissões de Gases de Efeito Estufa (GEEs).
- Empresas que participam do Índice de Sustentabilidade Empresarial – ISE

As empresas que fazem parte deste Relatório também declararam possuir políticas ou mecanismos para eleger suas gestoras de investimentos, considerando critérios ASG para tal. Dessa forma, **14%** indicaram que possuem estratégias ASG para escolha de suas gestoras de investimentos, com destaque para duas em específico: gestoras de investimento que são signatárias da iniciativa dos PRI e gestoras de investimento que, mesmo não signatárias da iniciativa PRI, apresentem metodologias de análise ASG como Políticas de Investimento Responsável ou mecanismos semelhantes e afins.



## Resolução N° 4.327/2014 do BACEN

**Alinhamento das Seguradoras brasileiras em relação à Resolução N° 4.327/2014, que dispõe sobre o estabelecimento e implementação de Políticas de Responsabilidade Socioambiental por instituições financeiras e demais instituições autorizadas a funcionar pelo Banco Central do Brasil – BACEN.**

Além da iniciativa dos PRI, as seguradoras brasileiras utilizam Gestoras de Investimentos – que podem ser independentes ou ligadas a seus grupos econômicos - que estão em conformidade com a Resolução do BACEN, que determina a inclusão do gerenciamento de riscos socioambientais nas Políticas de Investimento de tais Gestoras. Destacam-se os mecanismos de gerenciamento de riscos socioambientais que a norma determina que devem ser levados em conta:

- I sistemas, rotinas e procedimentos que possibilitem identificar, classificar, avaliar, monitorar, mitigar e controlar o risco socioambiental presente nas atividades e nas operações da instituição;
- II registro de dados referentes às perdas efetivas em função de danos socioambientais, pelo período mínimo de cinco anos, incluindo valores, tipo, localização e setor econômico objeto da operação;
- III avaliação prévia dos potenciais impactos socioambientais negativos de novas modalidades de produtos e serviços, inclusive em relação ao risco de reputação; e
- IV procedimentos para adequação do gerenciamento do risco socioambiental às mudanças legais, regulamentares e de mercado.

*(Artigo 6° da Resolução n° 4.327/2014)*

## Impactos Positivos do Setor para a Sociedade



### Impactos Econômicos Indiretos

#### Absenteísmo

O setor de Saúde Suplementar contribui para a redução do absenteísmo, uma vez que promove o acesso de seus segurados à rede privada de assistência à saúde, desobstruindo o tratamento dos cidadãos que procuram o Sistema Único de Saúde – SUS e, consequentemente, otimizando o tratamento de enfermidades de brasileiros aptos ao trabalho.

#### PRONAF

O Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar – PRONAF é um importante mecanismo público que financia projetos com o potencial de gerar renda aos agricultores familiares e assentados da reforma agrária. O mercado de seguros, por meio do seguro prestamista rural, prestou assistência para os brasileiros elegíveis ao PRONAF em 2016, atenuando os custos do Programa por inadimplência.

#### Microseguros

Segundo a definição internacional, o microsseguro é um mecanismo que oferece proteção a pessoas de baixa renda contra riscos específicos, em troca do pagamento regular de um prêmio proporcional ao custo e à probabilidade do risco envolvido. Esta definição é essencialmente a mesma que se usa para os seguros em geral, exceto quanto ao mercado-alvo especificado: pessoas de baixa renda. Desde 2012, a Susep estabeleceu regras e passou a autorizar a comercialização de microsseguros.



## Seguros Inclusivos

Iniciativas de cunho social são uma preocupação do mercado brasileiro de seguros, inclusive aquelas que envolvem ações para melhorar o acesso de produtos e serviços de seguros a populações mais vulneráveis financeiramente, por exemplo. Nesse sentido, as seguradoras participantes puderam relatar seus esforços feitos em 2016 para alcançar esses objetivos, conforme tabela abaixo:



### Exemplos de Iniciativas para melhorar o acesso da população de baixa renda ao seguro

- Seguro Inclusivo para Microempreendedores.
- Seguros de Automóvel com período de cobertura flexível, menor que um ano, uma opção mais acessível para os clientes, e também com assistências 24 horas avulsas, com custos menores e opções de parcelamento facilitado.
- Seguros de Vida desenhados especificamente para comunidades de baixa renda em regiões menos favorecidas.
- Seguro Prestamista Rural, que buscam atingir pequenos produtores rurais, por exemplo.
- Seguro de Vida focado em produtores rurais familiares.
- Microseguros.
- Seguros Educacionais.
- Ações de Educação Financeira, em Seguros e Cultura Previdenciária e de Poupança.
- Novos canais de comercialização para pessoas com deficiências, como deficiência auditiva ou de fala, com foco no tema Acessibilidade.

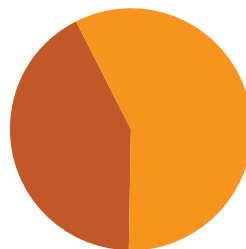


## Iniciativas de Educação em Seguros

Iniciativas que promovem a temática da educação em seguros foram foco das empresas participantes do presente Relatório, mas ainda há espaço para ampliação deste tema tão relevante para a disseminação da cultura de seguros e prevenção a riscos no Brasil, onde a penetração de seguros ainda é baixa. Entre as ações nessa temática, destacam-se algumas no quadro a seguir:

**Iniciativas de  
Educação em Seguros**  
% de seguradoras que  
desenvolveram iniciativas

**42%**  
não adotam



**58%**  
adotam práticas de  
educação em seguros

### Exemplos de iniciativas de Educação em Seguros do setor

- Programas de Educação sobre Seguros em parcerias com universidades.
- Plataformas online de capacitação para Corretores de Seguro.
- Conteúdos digitais nos portais eletrônicos das seguradoras.
- Boletins técnicos informativos sobre prevenção, identificação e redução de riscos para Clientes.
- Publicação de matérias e conteúdos em canais digitais e mídias sociais.
- Programas de Educação Financeira *on-line*.
- Cartilhas e conteúdos para clientes sobre uso consciente dos produtos e serviços de seguros.

## PRODUTOS E SERVIÇOS – ENERGIA RENOVÁVEL

O setor de energia renovável apresenta oportunidades para o desenvolvimento de soluções em produtos e serviços de seguros capazes de apoiar a mitigação e a proteção de riscos das empresas atuantes nesse setor. Para ilustrar, somente a energia eólica deve crescer 275% no Brasil até 2024.

Nesse sentido, algumas seguradoras já atuam oferecendo soluções de seguro para este segmento, por exemplo: Seguro Residencial com Proteção para Painéis Solares, Seguros Empresariais para Empreendimentos

de Energia Renovável e também Seguros de Automóvel para veículos híbridos e/ou elétricos.

Além das iniciativas envolvendo a oferta de produtos e serviços de seguros, as seguradoras participantes também relataram em 2016 ações de incentivo ao uso de fontes de energia renovável em sua atividade direta, na figura de consumidores de energia. Isso demonstra que as seguradoras estão atentas à redução do impacto socioambiental dessa fonte de energia. As empresas também buscam inovar no âmbito do consumo de energia de seus prédios, escritórios, áreas operacionais e de tecnologia.

### Exemplos de iniciativas das empresas para apoiar o desenvolvimento de fontes de energia renovável

- Projetos estruturados de compra de energia elétrica no Mercado Livre de Energia em busca de fontes renováveis de geração, com destaque para a energia gerada por Pequenas Centrais Hidrelétricas – PCH's que, por serem de tamanho reduzido, geram baixo impacto socioambiental, pois utilizam a própria geografia dos corpos d'água onde estão instaladas, não sendo necessária, por exemplo, a formação de grandes lagos para acúmulo de água. Outra vantagem destacada nessa iniciativa envolve o fato de que as PCH's ficam muitas vezes mais próximas dos centros urbanos, onde se consome a energia gerada, não sendo necessária a construção de grandes linhas de transmissão de energia. No período entre setembro de 2016, quando o projeto foi iniciado, e março de 2017, a economia identificada pela empresa foi de R\$ 1,3 milhões.
- Implantação de painéis fotovoltaicos no telhado do edifício-sede, visando autonomia energética.



# Relacionamento com os Públicos



G4-24

G4-26

Setoriais

## ENGAJAMENTO DE PARTES INTERESSADAS

**A**s partes interessadas (ou *stakeholders*) são os atores essenciais para a sustentabilidade das atividades securitárias. As empresas de seguros se relacionam frequentemente e de forma estruturada com as partes interessadas que compõem a cadeia de valor do mercado segurador, com o objetivo de aprimorar a geração de valor do setor.

As empresas participantes deste Relatório consultam públicos tais como corretores, fornecedores, acionistas, colaboradores, consultores, parceiros comerciais, órgãos reguladores. As consultas têm diferentes formatos, entre eles destacam-se: reuniões, almoços, painéis, cursos, campanhas, palestras, *workshops*, pesquisas de satisfação e treinamentos.

75% das seguradoras consultadas questionam e avaliam as opiniões de suas partes interessadas, 81% têm canais para *feedback* e 92% aproveitam os resultados internamente para melhorias de processos.



80%



75%

questionam e avaliam as  
opiniões das partes interessadas



81%

possuem canais  
para *feedback*



92%

aproveitam os resultados  
para melhorias internas



PS2

## RELACIONAMENTOS COM CLIENTES



G4-PR5

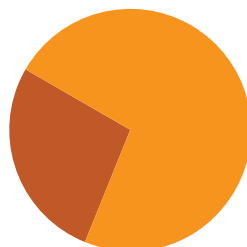
Setorial

### Realização de Pesquisas de Satisfação com Clientes



Universo de empresas que realizam Pesquisas de Satisfação com seus Clientes  
% de empresas respondentes

**27%**  
Não



**73%**  
Sim



**83%**

Ações de engajamento com Clientes são frequentes nos relatos feitos pelas empresas participantes deste Relatório. Uma das formas de engajamento envolve a realização de Pesquisas de Satisfação com Clientes feitas pelas seguradoras junto a esse importante grupo de partes interessadas. No ano de 2016, a Realização de Pesquisas de Satisfação com Clientes foi relatada como rotineira pelas empresas participantes e, em geral, são realizadas anualmente pelo mercado, visando, em especial, os objetivos dispostos na tabela a seguir:

As Pesquisas de Satisfação com Clientes são instrumentos fundamentais para o mercado, visando a melhoria contínua dos produtos e serviços oferecidos, por exemplo.

### Alguns objetivos das ações de engajamento envolvendo Pesquisas de Satisfação com Clientes

- Compreender e acompanhar como os produtos e serviços das seguradoras estão sendo percebidos por seus consumidores.
- Apoiar a elaboração e execução das metas corporativas das empresas.
- Servir como um dos fatores que são avaliados para medir o desempenho dos gestores e administradores das companhias.
- Apoiar nas estratégias de comunicação e *marketing*.
- Os níveis de satisfação dos clientes são fundamentais para ajudar na manutenção dos níveis de qualidade dos serviços e produtos das seguradoras, inclusive em casos de certificação em normas de referência, como as normas da ISO.
- Identificar oportunidades de melhorias nos canais de atendimento aos clientes.
- Avaliar aprimoramentos possíveis nos processos de regulação de sinistros.

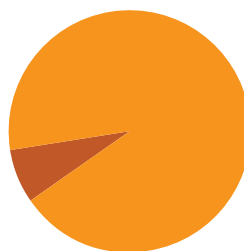
Além dos resultados das pesquisas de satisfação com clientes, outros canais de interação são utilizados na melhoria e são utilizados na melhoria de processos internos e/ou na adequação de produtos e serviços, com destaque para os canais de distribuição e para os parceiros comerciais. Essa combinação de ações de relacionamento com o cliente e com estes parceiros está presente em cerca de 80% das atividades rotineiras das empresas respondentes. Importante destacar que as companhias se dedicam ao monitoramento.

**Resultados e ações  
de aprimoramento  
estimulados pelos  
retornos obtidos  
com as Pesquisas de  
Satisfação com Clientes**

- Aprimoramento das formas de divulgação dos sorteios disponíveis em produtos de capitalização.
- Compreensão pelas seguradoras de que, em alguns casos, os títulos de capitalização são a única alternativa de reserva financeira para clientes que precisam de recursos financeiros em situações inesperadas, o que estimula as companhias a aprimorar cada vez mais seus produtos.
- Aperfeiçoamento nos Planejamentos Estratégicos das companhias.
- Contribuições para mudanças culturais no ambiente de trabalho.
- Aprimoramentos em processos, produtos e serviços oferecidos aos clientes.
- Aumento da conscientização sobre, por exemplo, fornecedores que atuam complementarmente como responsáveis pelo atendimento aos clientes.
- Aprimoramento dos canais de relacionamento com os clientes, como os portais eletrônicos das companhias, tornando-os mais acessíveis para qualquer tipo ou perfil de cliente.
- Lançamento de novos canais de relacionamento, como aplicativos para celulares inteligentes.
- Fortalecimento das ações das empresas no universo das redes sociais.
- Criação de novos produtos comercializados diretamente por meios digitais.
- Criação de novas estruturas de governança e gestão dedicadas exclusivamente a clientes.
- Criação de ambientes digitais dedicados aos clientes, para que eles possam, de forma customizada, acompanhar seus produtos e serviços contratados com as companhias.

**Pesquisas de Satisfação com Clientes - Ferramenta para induzir melhorias de processo, produtos, serviços e no atendimento aos clientes**  
% de empresas respondentes

**7%**  
Não utilizam



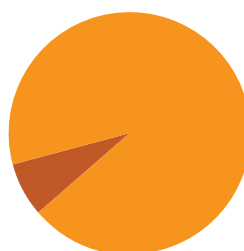
**93%**  
Utilizam



**82%**

**Empresas que possuem sistemas de monitoramento de clientes junto aos Canais de Atendimento**  
% de empresas respondentes

**7%**  
Não



**93%**  
Sim



**59%**



## RELACIONAMENTOS COM COLABORADORES



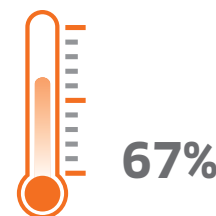
### Práticas de Gestão - Não Discriminação

Em relação à adoção positiva de práticas de gestão de Não-Discriminação, 90% das empresas participantes indicaram a adoção de tais práticas, sendo que 67% destas afirmam utilizar Políticas de Não-discriminação para endereçar o tema dentro de suas organizações, com destaque para instrumentos como o Código de Ética e Conduta das companhias, Políticas de Sustentabilidade, Sistemas de Gestão de Responsabilidade Social Corporativa, Políticas de Recursos Humanos, Canais de Denúncia, Manuais de Compliance, entre outras formas e estratégias sobre a gestão do tema.



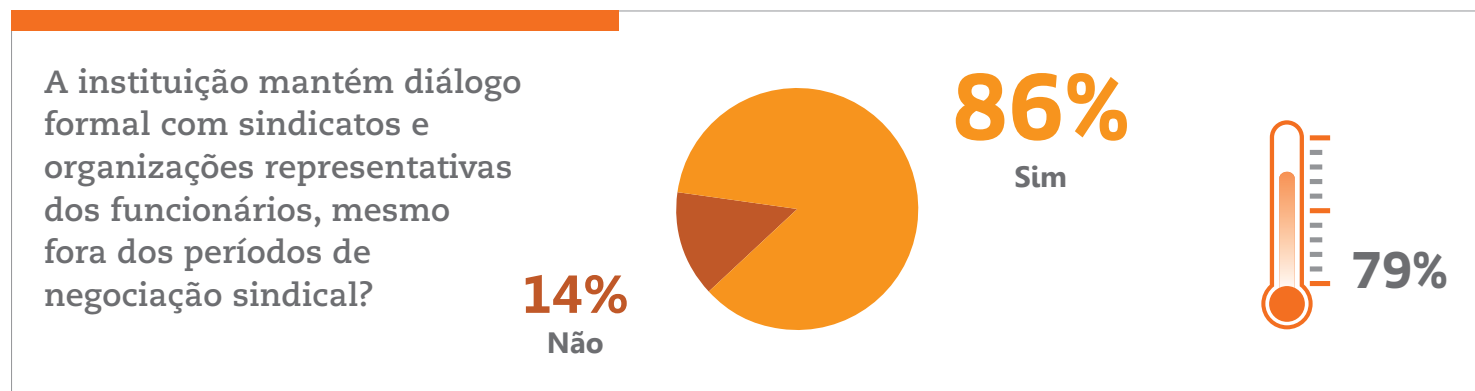
### Mecanismos de Queixas e Reclamações Relacionadas a Práticas Trabalhistas

No âmbito trabalhista, as queixas e reclamações relacionadas a práticas trabalhistas protocoladas por meio de mecanismos formais durante o período coberto pelo Relatório foram relatadas por 67% das empresas participantes. Nesse universo, foram registradas 2212 queixas e reclamações relacionadas a práticas trabalhistas. Destas, 1859 foram processadas no ano de 2016 internamente pelas empresas, e, destas últimas, 1029 foram solucionadas e encerradas pelas empresas, alcançando um índice de 55% de solução para as demandas associadas a práticas trabalhistas apresentadas no período do ano de 2016.



## Negociação Coletiva

As seguradoras informaram que cerca de 99,9% de seus empregados estão cobertos por acordos de negociação coletiva, incluindo os terceirizados.



## RELACIONAMENTO COM PRESTADORES



EN32

G4-LA14

G4-HR10

Setoriais



## Avaliação de Fornecedores

Em relação a práticas ASG, o universo das empresas considera os seguintes aspectos na seleção dos seus fornecedores:

## Critérios de avaliação de fornecedor

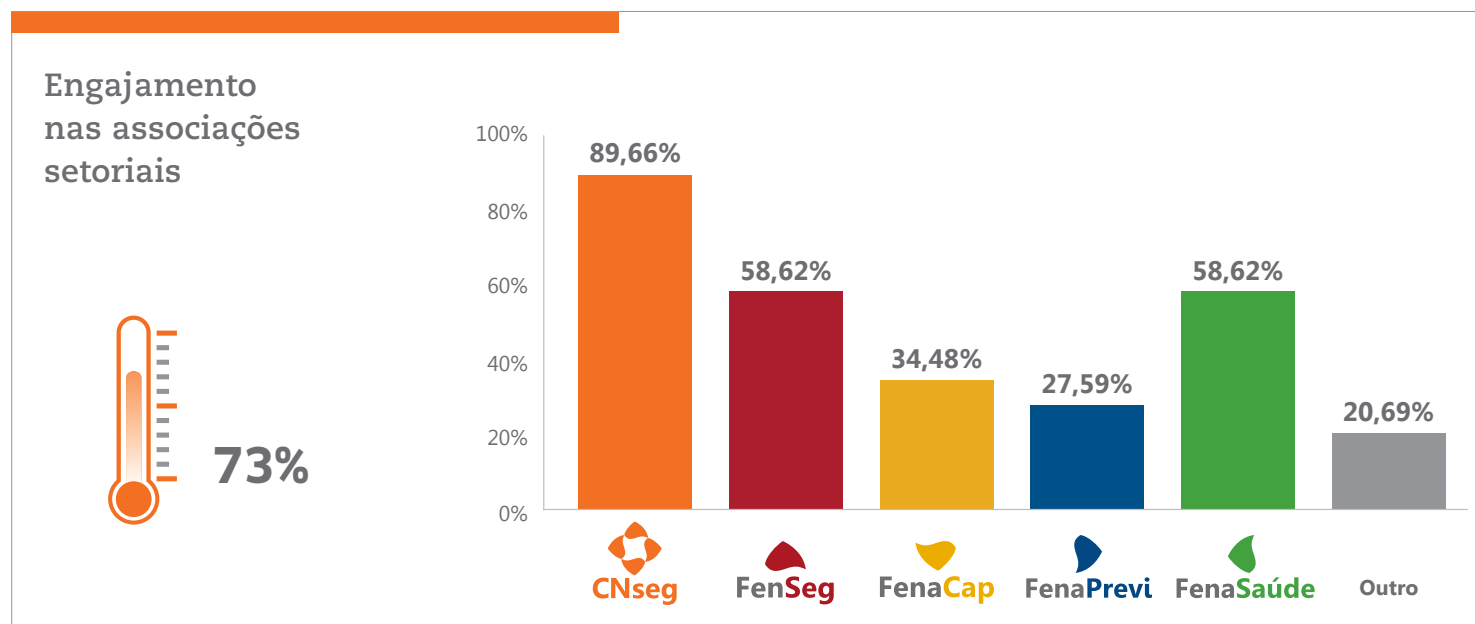


As empresas relataram fazer a gestão dos aspectos ASG no relacionamento com fornecedores sob os seguintes formatos: códigos de conduta, certificados, cláusulas contratuais, guias, manuais, auditorias e normas.



## PARTICIPAÇÃO JUNTO À ASSOCIAÇÃO DE CLASSE

As empresas respondentes deste Relatório participam de forma estruturada de debates setoriais por meio das Federações e Confederação representativas, conforme gráfico a seguir:



G4-15

Setorial

85% das respondentes indicaram que a Alta Liderança está envolvida diretamente nos debates setoriais, e 92% endossaram posicionamentos individuais e/ou setoriais junto aos órgãos reguladores.



## RELACIONAMENTOS COM O REGULADOR

### Colaboração com a Pesquisa Susep sobre gestão de aspectos ambientais no mercado segurador brasileiro

Como uma primeira ação após a formalização do apoio aos PSI, a Susep elaborou e aplicou um questionário entre suas supervisionadas para mensurar a gestão de aspectos ambientais no mercado segurador brasileiro.

#### Pesquisa Susep

**64**

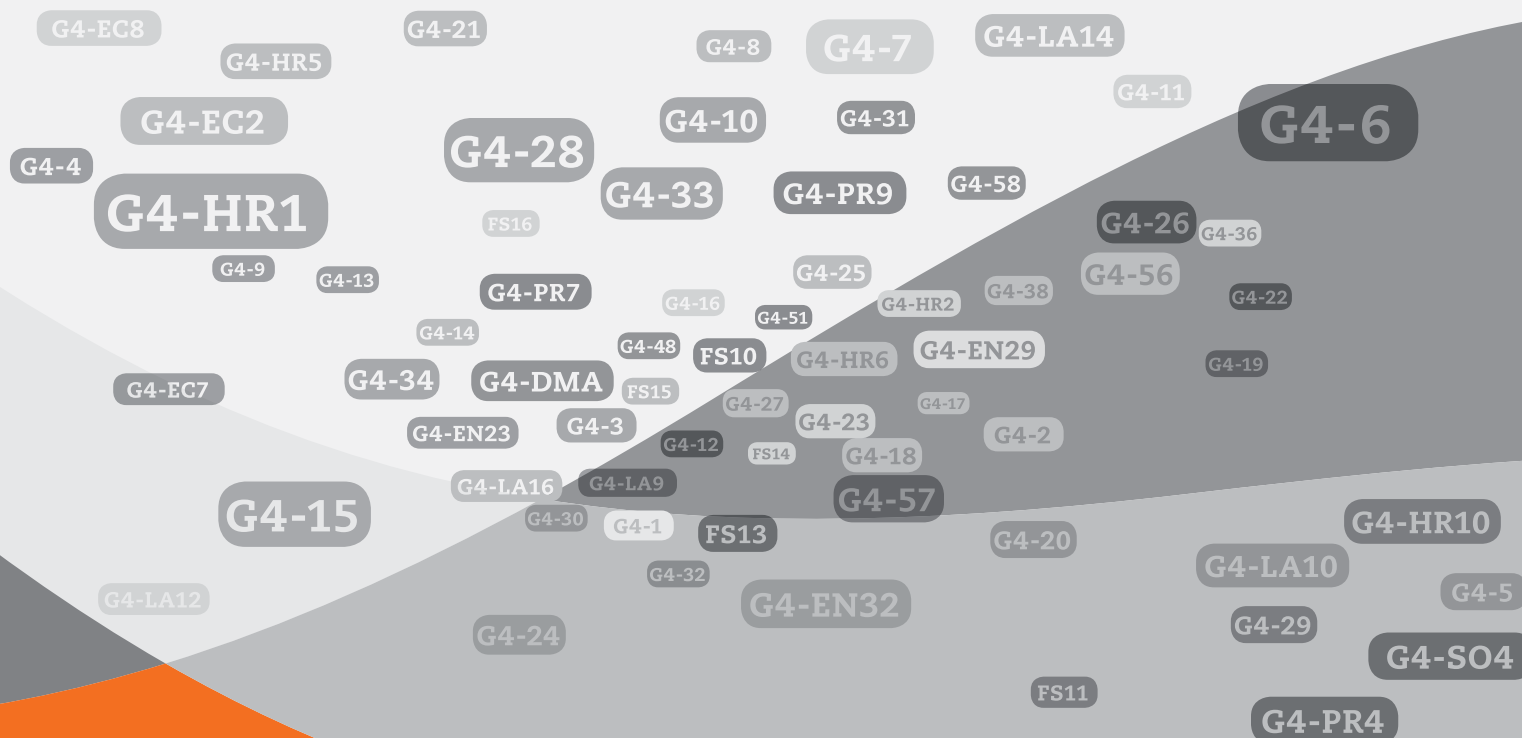
Questões

**180**Empresas  
respondentes


A CNseg colaborou com a aplicação da Pesquisa Susep, fornecendo a plataforma *on-line* para coleta dos indicadores e consolidando os resultados. A pesquisa continha 64 questões e foi respondida por 180 empresas. Os resultados foram apresentados pela Susep no Fórum de Reguladores da Iniciativa PSI, em 2 de dezembro de 2016, na Califórnia.

### **Exemplos de indicadores da Pesquisa Susep sobre gestão de aspectos ambientais no mercado segurador brasileiro**

- A instituição entende que as questões ambientais são importantes para a estratégia de seus negócios?
- Existe algum estudo da exposição do passivo (carteira de riscos) a riscos ambientais na instituição?
- Negócios - A instituição inclui cláusulas ambientais nas apólices?
- Produtos - A instituição inclui as questões ambientais no desenvolvimento e revisão de produtos, serviços e assistências?



# Sumário de Conteúdo GRI

 Relatório de Sustentabilidade da CNseg apresenta uma compilação do desempenho das seguradas associadas às Federações que compõem a Confederação e inclui resultados econômicos, de gestão e governança corporativa e de desempenho socioambiental.

Foram consideradas informações do período compreendido entre 1º de janeiro e 31 de dezembro de 2016 para a elaboração deste Relatório.

 **G4-22** **G4-23** **G4-28** **G4-29** **G4-30** **G4-33**

O documento encontra-se em versão digital (PDF), com distribuição dirigida às Federações, às empresas associadas e aos principais grupos de públicos com os quais se relacionam. A definição do conteúdo foi baseada nos temas considerados materiais para o setor segurador, conforme disponível nas Diretrizes de Integração das Questões Ambientais, Sociais e de Governança Corporativa à Indústria de Seguros, Saúde Suplementar, Previdência Privada e Capitalização.

 **G4-32**

Este relatório foi elaborado de acordo com as diretrizes da *Global Reporting Initiative* – GRI, referência internacional para a divulgação de informações sobre a forma de gestão das organizações, seu desempenho ambiental, social e econômico e seus impactos. Foram aplicadas as diretrizes G4 da GRI, em nível Essencial, sem verificação externa.

Os indicadores GRI incluídos foram respondidos pelas seguintes empresas:

- AIG Seguros Brasil
- Alfa Seguradora
- Allianz Seguros
- American Life
- ASSURANT
- Grupo Bradesco Seguros
- Brasilcap Capitalização S.A.
- Brasilprev
- BTG Pactual Vida e Previdência
- Caixa Seguradora
- CAPEMISA Capitalização
- CAPEMISA Seguradora
- COMPREV VIDA E PREVIDÊNCIA S/A
- Generali Brasil
- GBOEX - Grêmio Beneficente
- GRUPO SEGURADOR BANCO DO BRASIL E MAPFRE
- Icatu Seguros
- Itaú Seguros S.A.
- Liberty Seguros
- Liderança Capitalização S.A.
- MAPFRE Brasil
- Mongeral Aegon
- PORTO SEGURO
- Prudential do Brasil
- SABEMI Seguradora
- Seguradora Líder- DPVAT
- Seguros Unimed
- SulAmérica Seguros
- Tokio Marine Seguradora
- Zurich

## Estratégia e Análise



### G4-1

Declaração do principal tomador de decisão da organização (p. ex.: diretor-presidente, presidente do conselho de administração ou cargo equivalente) sobre a relevância da sustentabilidade para a organização e sua estratégia de sustentabilidade.

### G4-2

Descrição dos principais impactos, riscos e oportunidades.

## Perfil Organizacional



### G4-3

Nome da organização.

### G4-4

Principais marcas, produtos e/ou serviços.

### G4-5

Localização da sede da organização.

### G4-6

Número de países em que a organização opera e nome dos países em que suas principais operações estão localizadas ou são especialmente relevantes para as questões de sustentabilidade cobertas pelo relatório.

### G4-7

Tipo e natureza jurídica da propriedade.

## Continuação

**G4-8**

Os mercados em que a organização atua (com discriminação geográfica, setores abrangidos e tipos de clientes e beneficiários).

**G4-9**

Porte da organização, incluindo: número de empregados; vendas líquidas (para organizações do setor privado) ou receita líquida (para organizações do setor público); capitalização total discriminada em termos de dívida e patrimônio líquido (para organizações do setor privado); quantidade de produtos ou serviços oferecidos.

**G4-10**

Total de trabalhadores, por tipo de emprego, contrato de trabalho e região.

**G4-11**

Percentual de empregados abrangidos por acordos de negociação coletiva.

**G4-12**

Descreva a cadeia de fornecedores da organização.

**G4-13**

Principais mudanças durante o período coberto pelo relatório referentes a porte, estrutura ou participação acionária.

**G4-14**

Explicação de se e como a organização aplica o princípio da precaução.

**G4-15**

Cartas, princípios ou outras iniciativas desenvolvidas externamente de caráter econômico, ambiental e social que a organização subscreve ou endossa.

**G4-16**

Participação em associações (como federações de indústrias) e/ou organismos nacionais/internacionais de defesa em que a organização:

- a) possui assento em grupos responsáveis pela governança corporativa;
- b) integra projetos e comitês;
- c) contribui com recursos de monta além da taxa básica como organização associada;
- d) considera estratégica sua atuação como associada.

## Aspectos Materiais Identificados e Limites



### G4-17

As entidades incluídas nas demonstrações financeiras consolidadas ou documentos equivalentes da organização.

### G4-18

O processo adotado para definir o conteúdo do relatório e os limites dos Aspectos e o processo de implementação dos Princípios para Definição do Conteúdo do Relatório.

### G4-19

Liste todos os Aspectos materiais identificados no processo de definição do conteúdo do relatório.

### G4-20

Limites dos aspectos materiais dentro da Organização.

### G4-21

Limites dos aspectos materiais fora da Organização.

### G4-22

As reformulações de informações fornecidas em relatórios anteriores e as razões para essas reformulações.

### G4-23

As alterações significativas em relação a períodos cobertos por relatórios anteriores em Escopo e Limites do Aspecto.

## Engajamento de *Stakeholders*



### G4-24

Lista de grupos de *stakeholders* engajados pela organização.

### G4-25

A base usada para a identificação e seleção de *stakeholders* para engajamento.

### G4-26

A abordagem adotada pela organização para engajar *stakeholders*, inclusive a frequência do seu

engajamento discriminada por tipo e grupo, com uma indicação de que algum engajamento foi especificamente promovido como parte do processo de preparação do relatório.

### G4-27

Os principais tópicos e preocupações levantadas durante o engajamento de *stakeholders* e as medidas adotadas pela organização para abordar esses tópicos e preocupações.

## Perfil do Relatório



### G4-28

Período coberto pelo relatório (p. ex.: ano fiscal ou civil) para as informações apresentadas.

### G4-29

Data do Relatório anterior mais recente (se houver).

### G4-30

Ciclo de emissão de Relatórios (anual, bienal etc.).

### G4-31

Dados para contato em caso de perguntas relativas ao Relatório ou seu conteúdo.

### G4-32

- A opção “de acordo” escolhida pela organização.
- O Sumário de Conteúdo da GRI para a opção escolhida.
- A referência ao Relatório de Verificação Externa.

### G4-33

Política e prática atual relativa à busca de verificação externa para o Relatório.

## Governança



### G4-34

Relação de grupos de *stakeholders* engajados pela organização.

### G4-36

Os executivos designados pela organização responsáveis pelos tópicos econômicos, ambientais e sociais.

### G4-38

A composição do mais alto órgão de governança e dos seus comitês.

## Papel Desempenhado pelo mais Alto Órgão de Governança na Elaboração de Relatórios de Sustentabilidade



### G4-48

O órgão ou o cargo de mais alto nível que analisa e aprova formalmente o relatório de sustentabilidade da organização e garante que todos os Aspectos materiais sejam abordados.

### G4-51

As políticas de remuneração aplicadas ao mais alto órgão de governança e a executivos seniores para os seguintes tipos de remuneração.

## Ética e Integridade



### G4-56

Os valores, princípios, padrões e normas de comportamento da organização, como códigos de conduta e de ética.

### G4-57

Os mecanismos internos e externos adotados pela organização para solicitar orientações sobre comportamentos éticos e em conformidade com a legislação, como canais de relacionamento.

### G4-58

Os mecanismos internos e externos adotados pela organização para comunicar preocupações em torno de comportamentos não éticos ou incompatíveis com a legislação e questões relacionadas à integridade organizacional, como encaminhamento de preocupações pelas vias hierárquicas, mecanismos para denúncias de irregularidades ou canais de denúncias.

## Categoria: Econômica



### Desempenho Econômico

#### G4-DMA

Práticas de Gestão.

#### G4-EC2

Implicações financeiras e outros riscos e oportunidades para as atividades da organização em decorrência de mudanças climáticas.

#### G4-EC7

Desenvolvimento e impacto de investimentos em infraestrutura e serviços oferecidos.

#### G4-EC8

Impactos econômicos indiretos significativos, inclusive a extensão dos impactos.

## Categoria: Ambiental



### Efluentes e Resíduos

#### G4-DMA

Práticas de Gestão.

#### G4-EN23

Peso total de resíduos, discriminado por tipo e método de disposição.

### Conformidade

#### G4-EN29

Valor monetário de multas significativas e número total de sanções não monetárias aplicadas em decorrência da não conformidade com leis e regulamentos ambientais.

#### G4-EN32

Percentual de novos fornecedores selecionados com base em critérios ambientais.

## Categoria: Social



### Práticas trabalhistas e trabalho decente

#### Emprego

##### G4-DMA

Práticas de Gestão.

#### Treinamento e Educação

##### G4-DMA

Práticas de Gestão.

##### G4-LA9

Número médio de horas de treinamento por ano por empregado, discriminado por gênero e categoria funcional.

##### G4-LA10

Programas de gestão de competências e aprendizagem contínua que contribuem para a continuidade da empregabilidade dos empregados em período de preparação para a aposentadoria.

##### G4-LA12

Composição dos grupos responsáveis pela governança e discriminação de empregados por categoria funcional, de acordo com gênero, faixa etária, minorias e outros indicadores de diversidade.

##### G4-LA14

Percentual de novos fornecedores selecionados com base em critérios relativos a práticas trabalhistas.

##### G4-LA16

Número de queixas e reclamações relacionadas a práticas trabalhistas registradas, processadas e solucionadas por meio de mecanismo formal.

## Continuação

## Direitos Humanos

## Investimentos

## G4-DMA

Práticas de Gestão.

## G4-HR1

Número total e percentual de acordos e contratos de investimentos significativos que incluem cláusulas de direitos humanos ou que foram submetidos a avaliação referente a direitos humanos.

## G4-HR2

Número total de horas de treinamento de empregados em políticas de direitos humanos ou procedimentos relacionados a aspectos de direitos humanos relevantes para as operações da organização, incluindo o percentual de empregados treinados.

## Não discriminação

## G4-DMA

Práticas de Gestão.

## G4-HR5

Operações e fornecedores identificados como de risco para a ocorrência de casos de trabalho infantil e medidas tomadas para contribuir para a efetiva erradicação do trabalho infantil.

## G4-HR6

Operações e fornecedores identificados como de risco significativo para a ocorrência de trabalho forçado ou análogo ao escravo e medidas tomadas para contribuir para a eliminação de todas as formas de trabalho forçado ou análogo ao escravo.

## G4-HR10

Percentual de novos fornecedores selecionados com base em critérios relacionados a direitos humanos.

## Sociedade

## Combate à Corrupção

## G4-DMA

Práticas de Gestão.

## G4-SO4

Comunicação e treinamento em políticas e procedimentos de combate à corrupção.

## Responsabilidade pelo Produto



### Rotulagem de Produtos e Serviços

#### G4-PR4

Número total de casos de não conformidade com regulamentos e códigos voluntários relativos a informações e rotulagem de produtos e serviços, discriminado por tipo de resultados.

### Comunicações de Marketing

#### G4-DMA

Práticas de Gestão.

#### G4-PR7

Número total de casos de não conformidade com regulamentos e códigos voluntários relativos a comunicações de marketing, incluindo publicidade, promoção e patrocínio, discriminados por tipo de resultados.

### Conformidade

#### G4-DMA

Práticas de Gestão.

#### G4-PR9

Valor monetário de multas significativas por não conformidade com leis e regulamentos relativos ao fornecimento e uso de produtos e serviços.

## Setoriais



### DMA - Serviços Financeiros

Gestão do Aspecto – (antigos FS1, FS2, FS3, FS4 e FS5).

#### Ativos

##### FS10

Percentual e número de empresas na carteira da instituição com as quais a organização informante interagiu em questões ambientais ou sociais.

##### FS11

Percentual de ativos sujeitos à triagem ambiental ou social positiva ou negativa.

##### FS13

Acesso a serviços financeiros em áreas pouco populosas ou em desvantagem econômica por tipo de acesso.

##### FS14

Iniciativas para melhorar o acesso de serviços financeiros a pessoas desfavorecidas.

##### FS15

Políticas para o correto desenvolvimento e venda de produtos e serviços financeiros.

##### FS16

Iniciativas de educação financeira.



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



Rio de Janeiro Rua Senador Dantas, 74 - 16º andar  
Centro | CEP 20031-205 | Tel 21 2510 7777  
Brasília SCN quadra 1, bloco C, sala 1608 - Edifício Brasília Trade Center  
CEP 70711-902 | Tel 61 3326 4399 ou 3328 2838

---

Levantamento de Indicadores e Produção de Conteúdo:



**Superintendência de  
Acompanhamento de Conduta  
de Mercado – SUPAM – CNseg**

---

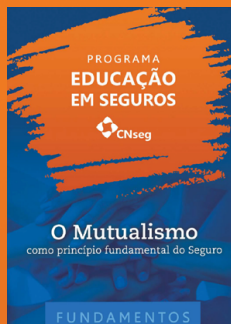
Projeto Gráfico

 **Bethe B . comunicação**

Acesse outras publicações da **CNseg** nos links abaixo:



*Revista de Seguros •  
Edição nº 900  
Jan / Fev / Mar de 2017*



*O Mutualismo como  
princípio fundamental  
do Seguro*



*Relatório das  
Atividades das Ouvidorias  
2015*

